

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Proses Pengumpulan Data

Penyusunan skripsi dengan judul “Peran *Feng Shui* dalam Penamaan Toko di Wilayah Semarang” memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pendiri toko mempertimbangkan *Feng Shui* dalam pemberian nama toko, untuk mengetahui nilai-nilai apa saja yang digunakan untuk memberikan nama toko tersebut, baik itu nilai-nilai dari *Feng Shui* atau nilai-nilai lainnya yang dianut oleh pendiri toko, dan untuk mengetahui apakah dengan makna dari nama toko yang digunakan tersebut sudah sesuai dengan harapan pendiri toko.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik-pemilik toko lokal di Semarang yang ber-etnis Tionghoa dengan mengambil 7 sampel pemilik toko. Penentuan sampel menggunakan kuota sampling dimana pemilihan sampel dan juga jumlah sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan dari pertimbangan peneliti. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana teknik ini memungkinkan peneliti memilih orang-orang sesuai dengan ciri-ciri spesifik yang dimiliki sample, dan juga dipilih secara cermat sehingga hasil dari penelitian menjadi relevan. Adapun syarat untuk menjadi responden adalah para pemilik toko lokal ber-etnis Tionghoa yang mengetahui benar sejarah toko yang mereka dirikan. Selain itu untuk menjadi responden, pemilik toko juga harus bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden yang akan diambil adalah 7 pemilik toko lokal yang berada di Semarang.

Lokasi dari penelitian ini adalah di toko-toko yang pemiliknya menjadi responden dalam penelitian ini yaitu Toko Surya Kencana d/h Tan Ing Sioe, Toko Naga Mas, Toko Rejeki Listrik, Toko Cipta Jaya, Toko Tang Seng, Toko Tong Hien, dan Toko Boma. Ketujuh lokasi ini dipilih karena pemilik toko dari toko-toko tersebut memiliki nama toko yang unik, mengerti sejarah toko mereka, dan juga ber-etnis Tionghoa, selain itu pemilik-pemilik toko tersebut juga bersedia untuk dijadikan responden dan diwawancarai di tokonya. Oleh karena itu toko-toko tersebut dijadikan lokasi dari penelitian ini.

Kendala yang dialami dalam melakukan penelitian ini ketika mencari responden adalah susahnya mencari toko yang memiliki nama toko yang unik dan juga mencari pemilik toko yang mau untuk diwawancarai. Namun secara keseluruhan, para pemilik toko yang dimintai tolong untuk dijadikan responden mau untuk meluangkan waktu dan diwawancarai. Hampir semua pemilik toko yang dijadikan responden juga dapat ditemui dan juga diwawancarai di tokonya sehingga peneliti tidak kesusahan dalam menemui pemilik toko. Hanya ada beberapa pemilik toko yang pada saat peneliti datang untuk melakukan wawancara tidak ada di tempat, entah karena sedang bertugas di luar kota ataupun sedang tidak berada di toko. Namun peneliti segera meminta nomor dari pemilik toko yang dapat dihubungi, dan ketika dihubungi mereka menyatakan bahwa mereka mau dan bisa untuk melakukan janji wawancara, dan setelah itu wawancara diadakan di toko dari responden.

Penelitian mulai dilakukan sejak tanggal 19 Juli 2016 sampai dengan tanggal 6 September 2016. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan wawancara, dimana wawancara merupakan suatu proses tanya jawab secara lisan antara penanya dengan orang yang diwawancarai. Sumber data utama dalam penelitian ini dicatat dengan melalui catatan tertulis ataupun direkam, kemudian pengambilan foto toko milik responden.

Peneliti kembali mendapat kendala dalam melakukan pengumpulan data dengan menggunakan wawancara yaitu hampir seluruh responden yang cenderung membaca pertanyaannya terlebih dahulu, tidak paham dengan pertanyaan yang diajukan dalam lembar pertanyaan sehingga peneliti harus mengulang kembali pertanyaan dengan bahasa yang lebih mudah dipahami. Untuk mengatasi hal tersebut, peneliti memutuskan untuk langsung bertanya secara lisan dengan bahasa yang mudah dipahami. Selain itu, beberapa responden cenderung tidak fokus dalam menjawab pertanyaan karena mereka juga sibuk dalam melayani pembeli sehingga peneliti harus kembali mengulang pertanyaan. Untuk mengatasi hal ini, peneliti pada akhirnya meminta untuk melakukan wawancara pada saat responden sedang beristirahat atau melayani pembeli sehingga responden dapat benar-benar fokus ke dalam proses wawancara. Proses wawancara yang bersifat lisan juga terkadang membuat responden meminta untuk berpikir terlebih dahulu.

Peneliti juga menemukan kendala dalam proses wawancara yang sudah berlangsung yaitu suara lingkungan seperti transportasi yang lalu lalang sekitar proses wawancara sehingga mengganggu rekaman yang hasilnya akan didengarkan kembali untuk diketik. Untuk mengatasi hal ini, peneliti meminta responden untuk melakukan wawancara di tempat yang lebih nyaman, seperti di bagian dalam toko. Dalam menjawab pertanyaan, secara keseluruhan responden menjawab pertanyaan dengan penjelasan yang sangat panjang dan terkadang jawaban dari responden keluar dari pertanyaan yang diajukan, sehingga peneliti harus pintar-pintar dalam mengarahkan kembali jawaban responden ke dalam pertanyaan. Namun dengan penjelasan tersebut peneliti menjadi benar-benar paham mengenai sejarah toko tersebut.

Sumber data dalam penelitian ini berdasarkan data kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa ucapan dan perilaku seseorang yang diamati. Pendekatan ini digunakan untuk mengamati objek secara lebih dalam. Setelah

melakukan proses wawancara, penelitian dilanjutkan dengan pengambilan foto toko dari responden untuk diteliti secara lebih mendalam.

4.2. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para pemilik toko lokal di Semarang yang ber-etnis Tionghoa, memiliki nama toko yang unik dan juga mengerti benar sejarah dari tokonya. Hal ini sesuai dengan ketentuan sample yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik *non probability sampling*, dimana teknik ini tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample. *Non probability sampling* digunakan dalam menguji nama toko yang sebenarnya tidak memerlukan proyeksi populasi namun lebih memusatkan ke proporsi sample yang memberikan tanggapan yang beragam nantinya.

Berdasarkan wawancara dari 7 orang responden yang memiliki toko dengan nama yang unik, mengerti sejarah toko tersebut, dan ber-etnis Tionghoa diperoleh jawaban atas pertanyaan mengenai umur, nama toko, produk yang dijual toko tersebut, alamat toko, tahun berdiri toko, dan juga sejarah dari toko tersebut. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana teknik ini memungkinkan peneliti memilih orang-orang sesuai dengan ciri-ciri spesifik yang dimiliki sample, dan juga dipilih secara cermat sehingga hasil dari penelitian menjadi relevan.

Gambar 4.1. Toko Surya Kencana

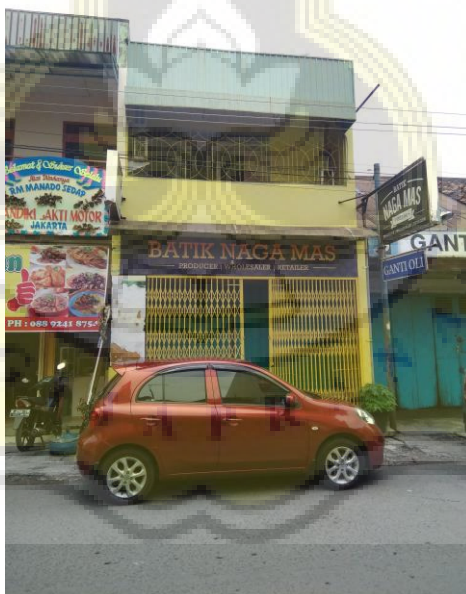


Responden pertama yang diwawancarai adalah pemilik dari toko Surya Kencana d/h Tan Ing Sioe yang beralamat di Jalan MT Haryono 265 Semarang

. Surya Kencana merupakan toko yang menjual Email, Las Plastik, Heater, Nekelin, Sealer, dan Kabel sejak tahun 1933. Pemilik dari toko ini sekarang berumur 44 tahun dan merupakan generasi ketiga dari toko ini. Pada awal berdirinya, toko ini bernama Tan Ing Sioe yang diambil dari nama pemiliknya sendiri pada tahun 1933 dan menjual berbagai barang seperti sepeda, lampu, radio, dan listrik karena letaknya yang dahulu strategis di depan sungai dan banyak kapal yang melewati toko ini sehingga banyak orang-orang Belanda yang membeli lampu atau kabel-kabel untuk lampu sepedanya. Namun pada akhirnya, toko ini mulai tidak menjual sepeda, radio, dan mulai mengkhususkan diri pada alat-alat listrik agar bisa lebih berkonsentrasi dalam mengikuti tuntutan jaman. Pada tahun 1980an, toko ini mengganti namanya menjadi Surya Kencana karena adanya peraturan dari pemerintah untuk mengganti nama toko yang berbahasa asing menjadi bahasa Indonesia.

Responden kedua adalah pemilik dari toko Naga Mas yang beralamat di Jalan Sebandaran no.45 Semarang dan menjual Batik Hem, Blouse, Daster, dan Long Dress sejak tahun 1986. Pemilik toko ini sekarang berumur 59 tahun dan merupakan pendiri dari toko ini. Keluarga dari pemilik toko Naga Mas merupakan keluarga batik. Usaha batik sudah ditekuni oleh kakek dari pemilik toko, dengan nama toko 'Oei' di Jl. Pedamaran. Dulu 'Oei' merupakan raja batik di Semarang. Penjualannya sudah di Cirebon, Solo, Jakarta, dan biasanya orang-orang yang sudah memasukkan batik di toko 'Oei' tidak akan memasukkan batiknya ke tempat lain karena mereka menganggap bahwa konsumen pasti akan membelinya di toko Oei. Dulu toko Oei berfokus pada jarik.

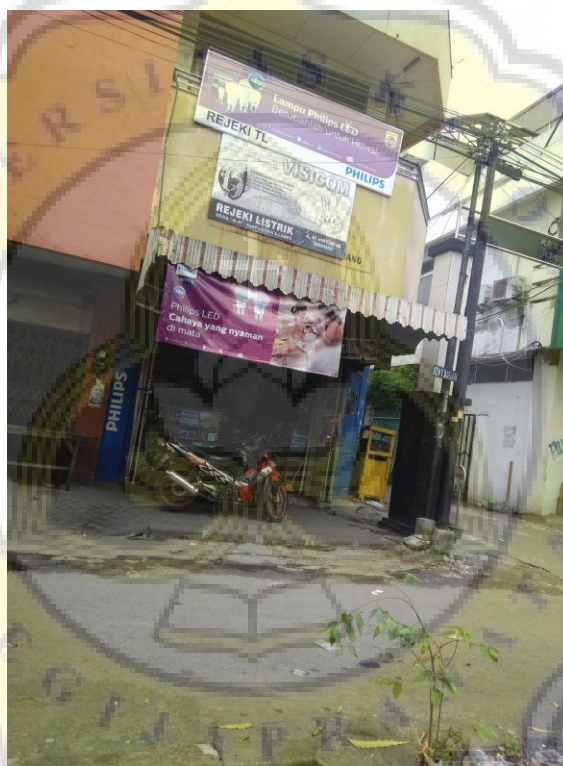
Gambar 4.2. Toko Naga Mas



Ayah dari pemilik toko juga merupakan penjual batik, namun hanya bersifat *behind the wall*. Ketika pemilik toko mau memulai usaha batik, beliau memulai dari nol dengan berkeliling mencari toko yang mau memberi beliau batik dan juga

menjualkan batik yang beliau punya. Beliau dulu hanya bermodalkan kepercayaan pemilik toko yang diberikan pada beliau, karena beliau tidak memiliki uang. Dengan modal kepercayaan tersebut, perlahan-perlahan pemilik toko dapat mengembangkan usahanya sendiri dengan merek 'Naga Mas' dan juga menjadi salah satu pemilik toko batik yang cukup disegani.

Gambar 4.3. Toko Rejeki Listrik



Responden ketiga adalah pemilik dari toko Rejeki Listrik yang beralamat di jalan MT Haryono 253 Semarang. Toko ini menjual alat-alat listrik dan lampu sejak tahun 2000. Pemilik toko Rejeki Listrik saat ini berusia 50 tahun dan merupakan pendiri dari toko Rejeki Listrik. Meskipun begitu, pada awalnya toko Rejeki Listrik bukanlah toko yang menjual alat-alat listrik, namun toko Rejeki pada awalnya adalah toko pakaian yang berdiri pada tahun 1980, di Jl. MT. Haryono 253 Semarang dan

didirikan oleh kakak dari pemilik toko. Namun pada akhirnya toko milik kakak dari pemilik toko tutup, dan pemilik toko kembali mendirikan toko Rejeki pada tahun 2000 namun toko Rejeki yang sekarang menjual alat-alat listrik dan tetap berada di tempat yang sama.

Responden keempat adalah pemilik dari toko Cipta Jaya yang beralamat di jalan Pekojan 105 Semarang. Cipta Jaya merupakan toko yang menjual obat-obatan cina dan ramuan herbal yang berasal dari tumbuhan yang dikeringkan sejak tahun 1928. Pemilik dari toko Cipta Jaya saat ini berusia 70 tahun, dan merupakan generasi kedua dari toko ini.

Gambar 4.4. Toko Cipta Jaya



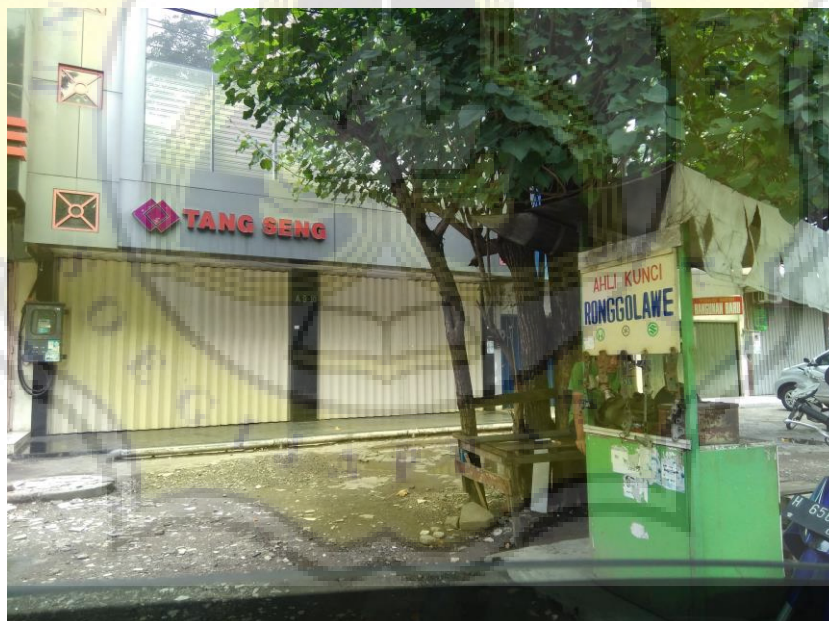
Gambar 4.5. Bagian dalam toko Cipta Jaya



Pada awalnya toko ini bernama *Kong Djin Tong*, dan berada di Jl. Petudungan dengan menjual rempah-rempah kering yang digunakan sebagai obat (obat herbal). Toko ini benar-benar merintis dari nol, karena pada awalnya pun semua pekerjaan toko, baik dari manajemen sampai membersihkan toko dikerjakan semuanya sendirian oleh pemilik toko. Sempat pindah kembali ke Jl. Petudungan namun berbeda lokasi. Setelah itu, toko ini berpindah lagi di jalan Petudungan namun kembali dengan lokasi yang berbeda. Setelah berpindah-pindah sebanyak tiga kali, akhirnya pada tahun 1930 toko ini pindah ke Jl. Pekojan sampai sekarang. Toko ini pun mulai perlahan-lahan berkembang, dari yang awalnya hanya menjual rempah-rempah, lalu mulai menjual obat-obatan Cina, dan saat ini pun juga menjual beberapa obat-obatan lokal.

Responden kelima merupakan pemilik dari toko Tang Seng yang beralamat di jalan Pekojan Ruko THD Blok A no. 9-10 Semarang. Toko ini menjual Bahan Bangunan yang berfokus pada *Sanitary Ware* sejak tahun 1970. Saat ini pemilik dari toko Tang Seng berusia 70 tahun dan merupakan generasi kedua dari toko ini. Pada awalnya pendiri toko Tang Seng berasal dari Kudus, dan di Kudus pendiri toko Tang Seng menjual guruh. Setelah itu, pendiri toko Tang Seng berpindah ke Semarang dan mendirikan toko Tang Seng yang awalnya bukan berada di Jl. Pekojan namun berada di Jl. Petudungan dengan nama yang sama. Dahulu, toko Tang Seng pada awalnya menjual kunci-kunci dan setelah itu toko Tang Seng semakin berkembang dan sekarang menjadi salah satu toko yang menjual berbagai alat-alat *sanitary*.

Gambar 4.6. Toko Tang Seng



Responden keenam merupakan pemilik dari toko Tong Hien. Toko Tong Hien beralamat di jalan Sultan Agung no. 61 Semarang dan menjual barang-barang kelontong. Toko ini berdiri pada tahun 1952. Pemilik dari toko Tong Hien saat ini berusia 55 tahun dan merupakan generasi kedua dari toko ini.

Gambar 4.7. Toko Tong Hien yang sedang dalam tahap rekonstruksi



Pada awalnya toko ini berada di Jl. Guntur. Lalu pindah ke Jl. Sultan Agung dengan mengontrak. Lalu pada saat pemilik tanah akan meninggal, beliau meminta pendiri toko Tong Hien untuk membeli tanahnya. Dari awal toko ini merupakan toko yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, dan termasuk toko yang sangat besar pada jamannya. Saat ini, meskipun sehabis terbakar namun toko Tong Hien kembali dibangun, dan akan beroperasi kembali. Pemilik toko pun menuturkan saat ini toko Tong Hien bukanlah saingan dari Indomaret dan Alfamart karena barang yang dijual oleh Indomaret dan Alfamart tidak menjual barang-barang selengkap Tong Hien. Segmen pasar yang diambil oleh toko Tong Hien adalah kelas menengah atau

menengah ke bawah yang berkunjung ke toko Tong Hien bukan untuk melihat-lihat namun untuk langsung membeli barang yang dibutuhkan.

Responden terakhir merupakan pemilik dari toko Boma yang beralamat di jalan Pekojan 50 Semarang. Toko ini merupakan toko yang menjual kertas dan ATK sejak tahun 1949. Saat ini pemilik toko dari toko Boma ini merupakan generasi kedua. Pendiri toko Boma merupakan veteran yang berasal dari Jogjakarta, dan ikut berjuang untuk kemerdekaan. Pendiri toko Boma juga pernah satu kantor dengan Adam Malik, namun beliau tidak memilih untuk naik pangkat karena diskriminasi yang sangat besar saat itu dan memilih untuk pindah ke Semarang.

Gambar 4.8. Toko Boma



Sesampainya di Semarang, pendiri toko Boma tidak memiliki rumah sama sekali untuk berlindung. Namun untungnya, salah satu teman dari pendiri toko Boma yang memiliki pabrik teh, memperbolehkan beliau untuk meninggal salah satu rumahnya di Jl. Pekojan ini dengan syarat temannya bisa menaruh tehnya di rumah

tersebut. Setelah itu, pendiri toko Boma mulai membuka toko Njan-Njan bersama dengan saudara-saudaranya menjual kertas namun pada akhirnya pecah. Setelah itu, pendiri toko Boma pun melanjutkan tokonya sendiri, dan pada saat itu orang yang memiliki sumber daya dapat berkembang dengan cepat. Setelah itu, akhirnya pendiri toko Boma dapat membeli rumah di Pekojan tersebut, dan juga secara perlahan beliau dapat berkembang dan juga menjadi salah satu veteran yang mandiri dan juga cukup sukses.

4.3. Analisis Data

Dalam menganalisis data pada penelitian ini, akan digunakan sumber yang berasal dari hasil wawancara yang dilakukan kepada sejumlah responden sehingga akan menghasilkan jawaban dari beberapa pertanyaan yang diajukan. Jawaban-jawaban berikut kemudian akan dianalisis. Berikut adalah proses analisis dan juga hasil dari analisis data dalam wawancara:

4.3.1. Analisis Hasil Wawancara terkait dengan Pertanyaan: Alasan Pemilik Toko memberikan Nama Toko tertentu

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai jawaban-jawaban para responden terkait dengan pertanyaan: Apa yang membuat Anda memberikan nama toko Anda (...)?

Berikut adalah tabel dari jawaban-jawaban yang diberikan oleh para responden serta kata kunci dari jawaban-jawaban tersebut.

Tabel 4.1.

Alasan Pemilik Toko memberikan Nama Toko tertentu

Responden	Jawaban	<i>Keyword</i>
R1	Emmm... saya juga tidak begitu tahu detailnya,	Tidak mengetahui detail

	<p>hanya papa saya cerita bahwa toko ini kan apa sih namanya... hmm.. Berada di timur gitu lho, jadi kan matahari persis di atas toko kami makanya papa saya ingin toko kami bisa 'menerangi' toko-toko dan orang-orang lainnya gitu yaaa, terus juga kan toko kami menjual kabel-kabel logam jadi papa saya mencari nama yang seputar itu juga gitu.</p>	<p>Dari cerita ayah Lokasi toko di timur Ingin menerangi Menjual logam Mencari nama seputar logam</p>
R2	<p>Naga itu kan sesuatu yang mudah di ingat ya.. Naga kan lambang legenda dari Cina gitu ya.. Ya tiba-tiba pakai nama Naga Mas gitu. Tidak ada pertimbangan pie-pie. Orang dulu tu kan ya usaha asal usaha gitu ya, tidak seperti sekarang. Cuma just a name aja gitu. Kalau Mas tu kan ya Emas gitu, jadinya bagus dan berharga. Tetapi sebenarnya saya tidak memikirkan secara spesifik gitu. Saya cuma cari nama yang pokoknya mudah diingat gitu. Mudah disebut juga. Batik juga ada yang namanya Kuda Mas. Tapi dia sama saya duluan saya. Nama saya Naga Mas, dia Kuda Mas. Tapi ya gapapa kok. Semua orang kan punya segmen sendiri-sendiri. Dia kelas 1 di batik printing, jadi segmennya berbeda dan kita juga baik-baik saja. Persaingan di bidang batik tu relatif sehat kok. Tidak yang <i>gontok-gontokkan</i> gitu.</p>	<p>Naga mudah diingat Naga lambang legenda Cina Tidak ada pertimbangan <i>Just a name</i> Emas bagus dan berharga Mudah diingat Mudah disebut</p>

R3	<p>Rejeki itu sebenarnya ide dari kakakku, jadi kan kalo Rejeki itu kan dah bagus gitu artinya.. <i>Ngrejekini</i> gitu. Gampang disebut juga. Dan karena nama ini sudah dipakai dari jaman toko kakak, ya aku tinggal meneruskan saja karena juga <i>imaganya</i> sudah terkenal bagus gitu.</p>	<p>Ide dari kakak Bagus artinya <i>Ngrejekini</i> Gampang disebut Nama sudah dipakai dari jaman toko kakak Tinggal meneruskan Image sudah terkenal bagus</p>
R4	<p>Saya dulu ketika memberikan nama Cipta Jaya tidak mencari-cari kok. Tiba-tiba terlintas saja nama itu, karena Cipta Jaya membawa rejeki ya. Bawa hoki. Dulu nama tokonya kan pertamanya bukan ini, tapi <i>Kong Djin Tong</i>. Terus kan nama bahasa mandarin dulu waktu jaman Soeharto kan tidak boleh, jadinya ganti nama jadi Cipta Jaya.</p>	<p>Tidak mencari Tiba-tiba terlintas Membawa rejeki Membawa hoki Awalnya <i>Kong Djin Tong</i> namanya Dulu tidak boleh, ganti nama</p>
R5	<p>Duh... kalau persisnya gimana saya kurang tau karena yang mendirikan kan papa ya, dan papa juga sudah tidak ada jadi ya persisnya bagaimana saya tidak tau hmm... Tapi yang saya tau dari papa tu ya kan kita sebagai orang kan pasti ingin bisa semangat selalu, selain itu juga goal papa untuk toko ini kan juga bisa menerangi orang lain, membantu orang lain. Jadi kurang lebihnya begitulah ya..</p>	<p>Persisnya kurang tau Ayah yang mendirikan Dari cerita papa Ingin semangat selalu Goal bisa menerangi orang lain, membantu orang lain</p>
R6	<p>Ya jadi kan keluargaku itu orang suku Gek gitu kan. Jadi kasi nama tokonya ya yang sesuai dengan bahasa bawaanku, bahasa Hakka gitu</p>	<p>Keluarga suku Gek Memberi nama sesuai bahasa bawaan, bahasa Hakka</p>

	<p>lah. Toko ini kan menghadapnya ke timur gitu, makanya cari namanya yang gampang aja. Tong itu kan artinya timur, Hien itu kan jaya jadi ya pokoknya pasti mendirikan toko ya pinginnya jaya terus ya</p>	<p>Menghadap timur Cari nama gampang saja Inginnya jaya terus</p>
R7	<p>Hmm ini kan yang mendirikan papa saya ya. Dulu sebelum nama Boma, kan sebenarnya nama toko ini pertamanya Njan-Njan artinya mengalir terus seperti air. Lalu mulai tidak boleh pakai nama Tionghoa, lalu ganti nama Boma itu karena papaku kan punya teman orang Kejawan, lalu papaku tanya nama apa yang kira-kira mirip dengan nama Njan-Njan artinya. Dan temannya papaku itu menyarankan nama Boma. Jadi Boma itu adalah nama wayang. Padahal kita tidak pernah dengar ya nama Boma dalam nama wayang. Tapi ternyata nama Boma dalam pewayangan itu ada. Artinya itu sakti, tidak bisa mati. Terus ya udah papaku mikir ‘Okelah cocok dengan arti yang aku cari’, jadinya ya sudah pakai nama Boma.</p>	<p>Yang mendirikan ayah Dulu namanya Njan-Njan Artinya mengalir terus seperti air Mulai tidak boleh pakai nama Tionghoa Ganti nama menjadi Boma Tanya teman orang Kejawan Tanya nama yang mirip Njan-Njan Menyarankan nama Boma Boma nama wayang Arti sakti, tidak bisa mati</p>

Pada Tabel 4.1. mengenai Alasan Pemilik Toko memberikan Nama Toko tertentu ditemukan bahwa, responden ternyata tidak begitu mengetahui apa alasan dalam pemberian nama toko mereka (R1, R2, R3, R4, R5). Tidak begitu mengetahui apa alasan dalam pemberian nama toko disebabkan oleh beberapa alasan, seperti karena

nama toko diberikan oleh generasi sebelumnya sehingga responden tidak mengetahui secara detail (R1: *Emmm... saya juga tidak begitu tahu detailnya, hanya papa saya cerita*), (R3: *Dan karena nama ini sudah dipakai dari jaman toko kakak, ya aku tinggal meneruskan saja*), (R5: *Duh... kalau persisnya gimana saya kurang tau karena yang mendirikan kan papa ya*). Kemudian alasan lainnya adalah karena tidak ada pertimbangan atau pemikiran tertentu (R2: *Ya tiba-tiba pakai nama Naga Mas gitu. Tidak ada pertimbangan pie-pie*), (R4: *Saya dulu ketika memberikan nama Cipta Jaya tidak mencari-cari kok. Tiba-tiba terlintas saja nama itu*).

Beberapa responden juga menyebutkan bahwa alasan pemilik toko dalam memberikan nama toko tertentu adalah berdasarkan lokasi toko (R1, R6), karena toko tersebut berada di suatu bagian tertentu (R1: *Berada di timur gitu lho*), atau karena menghadap arah mata angin tertentu (R6: *Toko ini kan menghadapnya ke timur gitu*). Jadi alasan dalam memberikan nama toko, lokasi dapat diartikan sebagai keberadaan toko tersebut dan juga ke arah mana toko tersebut menghadap.

Selain itu, alasan lain bagi pemilik toko untuk memberikan nama toko tertentu adalah berdasarkan tokoh cerita tertentu (R2, R7), seperti tokoh binatang yang terdapat dalam cerita legenda (R2: *Naga kan lambang legenda dari Cina gitu ya*) ataupun tokoh cerita pewayangan (R7: *Jadi Boma itu adalah nama wayang*). Jadi disini dapat diketahui bahwa ternyata inspirasi berdasarkan tokoh suatu cerita pun dapat dijadikan alasan untuk memberikan nama pada toko, dan tokoh cerita pun tidak hanya berfokus pada cerita Tionghoa saja namun juga dapat berdasarkan cerita Jawa.

Dalam beberapa catatan juga ditemukan bahwa adanya harapan khusus yang dimiliki oleh pemilik toko mengenai tokonya dapat menjadi alasan bagi pemilik toko memberikan nama toko tertentu (R1, R3, R4, R5, R6, R7), semisal pemilik toko berharap bahwa tokonya dapat membantu orang lain (R1: *Ingin toko kami bisa 'menerangi' toko-toko dan orang-orang lainnya*), (R5: *goal papa untuk toko ini kan*

juga bisa menerangi orang lain, membantu orang lain). Selain itu ada juga beberapa responden yang berharap bahwa tokonya akan memberikan pemilik toko keuntungan (R3: *Ngrejekini gitu*) (R4: *Karena Cipta Jaya membawa rejeki ya. Bawa hoki*), dan juga ada responden yang berharap tokonya dapat berdiri terus (R6: *pasti mendirikan toko ya pinginnya jaya terus ya*), (R7: *Mengalir terus seperti air, sakti, tidak bisa mati*). Jadi dapat disimpulkan bahwa karena pemilik toko memiliki suatu harapan terhadap tokonya kelak, maka dari itu pemilik toko memberikan nama toko yang dapat mengisyaratkan harapannya.

Dari jabaran-jabaran mengenai alasan pemilik toko memberikan nama toko tertentu, akan muncul satu konsep mengenai alasan pemilik toko dalam memberikan nama toko tertentu yang secara komprehensif dirumuskan berdasarkan beberapa aspek yang digali dari para responden. Pemilik toko dalam memberikan nama toko memiliki beberapa alasan yang dibagi menjadi dua yaitu tidak mengetahui apa alasan mereka dalam memberikan nama toko, dan juga ada alasan tertentu yang digunakan dalam memberikan nama toko. Namun kecenderungan responden untuk memberikan nama toko dengan di dasari suatu alasan lebih banyak daripada yang tidak mengetahui alasan mereka dalam memberi nama toko. Hal ini dapat dilihat dari alasan-alasan yang diberikan responden seperti karena terinspirasi dari lokasi toko mereka, lalu terinspirasi tokoh suatu cerita, dan juga berdasarkan harapan-harapan tertentu yang dimiliki oleh pemilik toko sehingga diterjemahkan dalam sebuah nama toko.

4.3.2. Analisis Hasil Wawancara terkait dengan Pertanyaan: Latar Belakang dalam Pemberian Nama Toko

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai jawaban-jawaban para responden terkait dengan pertanyaan: Apa yang melatar belakangi penamaan tersebut?

Berikut adalah tabel dari jawaban-jawaban yang diberikan oleh para responden serta kata kunci dari jawaban-jawaban tersebut.

Tabel 4.2.

Latar Belakang dalam Pemberian Nama Toko

Responden	Jawaban	Keyword
R1	<p>Emm... Ya jadi kan dulu toko ini namanya Tan Ing Sioe soalnya kan itu nama dari engkong saya sendiri. Saya sendiri generasi ke 3 ya, jadi hanya tinggal neruskan saja. Lalu pada tahun 1980 an ya kalo tidak salah tu pada saat itu yang nama tokonya nama asing, disuruh untuk ganti nama jadi nama Indonesia, lalu oleh papa saya diganti menjadi Surya Kencana itu.</p>	<p>Dulu bernama Tan Ing Sioe Nama dari kakek Sekarang generasi ke 3 Pada 1980an ganti nama</p>
R2	<p>Dulu ada batik laku lambange Naga, dan saya mengambil batik dari pabrik tersebut. Namanya batik Bien Liang. Lha simbolnya tu seperti Naga. Dan saya jual barang dari dia kok ya laku gitu. Jadi ya dah saya ambil namanya Naga, dan memberi nama Emas kan karena dah pikirannya kan Emas itu bagus gitu ya, berharga. Ya sudah begitu saja. Dulu juga saya memberikan nama anak saya Adi, karena pada jaman itu kan lagi musim kata-kata 'negara Adikuasa', jadi ya sudah daripada susah-susah saya kasih nama Adi gitu.</p>	<p>Batik laku berlambang naga Ambil batik tersebut dan laku Ambil lambangnya menjadi nama toko Emas bagus, berharga</p>

	Dulu sebenarnya saya mengajukan 4 nama . Saya sudah lupa nama-namanya. Tapi terus pada saat itu, yang paling bagus penjualannya kok Naga Mas itu, jadinya saya ambil nama Naga Mas.	Mengajukan 4 nama Paling bagus penjualan Naga Mas
R3	Jadi gini, sebenarnya kalo toko listrik ini aku emang rintisan pertama, tapi sebenarnya ini tokonya udah dari generasi sebelumnya , jadi sebelumnya tokonya punya kakak aku tapi jualnya pakaian-pakaian gitu dan namanya dari awal emang Rejeki , jadi aku tinggal neruskan saja soalnya kan nama Rejeki tu emang udah gampang disebut terus artinya ya udah kelihatan kalau bagus . Selain itu juga karena toko pakaiannya udah dari tahun 1980an dan di tempat ini juga, jadi pada saat aku mau melanjutkan menjadi toko listrik aku udah mikirnya ya udah lah, image nya juga udah terkenal bagus juga . Jadi ya udah aku tetap pakai nama Rejeki.	Sudah dari generasi sebelumnya Sebelumnya punya kakak Nama dari awal Rejeki Tinggal meneruskan Gampang disebut Artinya bagus Sudah dari tahun 1980 <i>Image</i> sudah terkenal bagus
R4	Dulu nama tokonya kan pertamanya Kong Djin Tong . Kalo Kong Djin Tong ini yang ngasi nama papa saya . Jadi kalau tanya kenapa memberi nama Kong Djin Tong , saya tidak tau . Tapi terus kan nama mandarin dulu tidak boleh , jadinya ganti nama . Cipta Jaya itu saya sendiri yang buat. Saya merasa bahwa Cipta Jaya tu nama yang bagus aja . Jadinya saya sudah pakai saja	Pertamanya bernama Kong Djin Tong Yang memberi nama ayah Alasan tidak tahu Nama mandarin dulu tidak boleh, ganti nama Namanya bagus

	namanya untuk toko ni.	
R5	Yaaaa..... tadi tu, karena memang papa beranggapan bahwa beliau ingin tokonya 'semangat selalu' , dan juga bisa menerangi, membantu orang lain , makanya pakai nama Tang Seng ini.	Ingin tokonya semangat selalu Bisa menerangi, membantu orang lain
R6	Iya jadi kan, karena toko ini menghadapnya timur makanya diberi nama Tong Hien. Ini kan bahasa Hakka gitu. Seperti toko Nam Bie di Pemuda itu, Nam artinya kan selatan, karena tokonya kan menghadap Selatan. Kalau Bie nya aku gatau artinya. Bukan yang punya soalnya.	Menghadap timur Bahasa Hokkian Seperti Nam Bie, Nam berarti selatan
R7	Hmm ya kan, kalo Njan-Njan itu kan bahasa mandarin , karena papaku kan bisa 4 bahasa ya Inggris, Belanda, Jerman, dan Mandarin. Ya pokoknya papaku cari yang artinya enak gitu , yang juga gampang disebut . Dulu di Jogja, di Malioboro kan ada toko namanya San Njan, karena ada 3 orang yang kerja sama. San kan artinya tiga. Lha kalau papaku pakainya Njan-njan. Setelah itu ganti Boma juga alasannya sama. Papaku kan orangnya nggak yang muluk-muluk ya, jadi pokoknya cari nama yang artinya bagus dan juga gampang disebut, gampang diingat juga. Boma kan gampang gitu disebutnya.	Njan-Njan bahasa mandarin Artinya enak Gampang disebut Ganti Boma alasannya sama Tidak muluk-muluk Cari nama artinya bagus Gampang disebut Gampang diingat

Jika dilihat sekilas, pertanyaan pertama dengan pertanyaan kedua terlihat hampir sama. Namun sebenarnya pertanyaan-pertanyaan tersebut berbeda karena pertanyaan pertama menanyakan apa alasan dari pemilik toko dalam memberikan nama toko tertentu pada tokonya, sementara pertanyaan kedua menanyakan bagaimana latar belakang atau asal usul pemberian nama pada toko. Jadi pertanyaan kedua lebih menjelaskan bagaimana proses dari pemilik toko dalam memberikan nama toko mereka yang sekarang ini mereka pakai.

Pada Tabel 4.2. mengenai Latar Belakang dalam Pemberian Nama Toko ditemukan bahwa ternyata responden memberikan nama toko mereka dengan nama tertentu karena dilatar belakangi oleh peraturan yang ditetapkan pada saat rezim Orde Lama pada tahun 1960an (R1, R4, R7), sehingga nama-nama toko yang pada saat itu memiliki nama asing harus diganti menjadi nama Indonesia (R1: *Lalu pada tahun 1980an ya kalau tidak salah tu pada saat itu yang nama tokonya nama asing, disuruh untuk ganti nama menjadi nama Indonesia*), (R4: *Tapi terus kan nama mandarin dulu tidak boleh, jadinya ganti nama*), (R7: *kalo Njan-Njan itu kan bahasa mandarin... Setelah itu ganti Boma*)

Selain itu, responden juga menyebutkan bahwa latar belakang dalam pemberian nama tokonya berdasarkan inspirasi dari hal-hal lain yang ada disekitarnya (R2, R6), seperti melihat lambang/gambar dari hal-hal terdekatnya (R2: *Dulu ada batik laku lambange Naga, dan saya mengambil batik dari pabrik tersebut. Dan saya jual barang dari dia kok ya laku gitu. Jadi ya dah saya ambil namanya Naga*), dan juga berdasarkan bahasa sehari-hari yang biasanya digunakan (R6: *Ini kan bahasa Hakka gitu*).

Berdasarkan jawaban-jawaban responden di atas mengenai bagaimana latar belakang dari pemilik toko dalam memberikan nama toko tertentu kepada tokonya, akan muncul satu definisi atau konsep mengenai latar belakang dari pemilik toko

dalam memberikan nama toko tertentu yang secara komprehensif dirumuskan berdasarkan beberapa aspek yang digali dari responden. Pemilik toko dalam memberikan nama toko memiliki beberapa latar belakang di antaranya adalah adanya latar belakang peraturan yang mengharuskan untuk mengubah nama toko yang berasal dari bahasa asing menjadi bahasa Indonesia dan juga berdasarkan inspirasi dari hal-hal yang ada disekitarnya, diantaranya karena melihat lambang/gambar tertentu, dan juga berdasarkan bahasa sehari-hari. Namun kecenderungan responden dalam memberikan suatu nama toko dengan dilatar belakangi oleh peraturan pemerintah lebih banyak daripada yang berdasarkan hal-hal lain yang ada disekitar pemilik toko. Hal ini dapat dilihat dari jawaban beberapa responden yang tokonya sebelumnya memiliki nama Tionghoa namun berubah menjadi nama Indonesia karena adanya peraturan pemerintah dulu pada jaman Orde Lama yang mengharuskan mereka untuk mengganti nama toko mereka.

4.3.3. Analisis Hasil Wawancara terkait dengan Pertanyaan: Pertimbangan Feng Shui dalam Pemberian Nama Toko

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai jawaban-jawaban para responden terkait dengan pertanyaan: Apakah Anda mempertimbangkan Feng Shui dalam memberikan nama toko?

Berikut adalah tabel dari jawaban-jawaban yang diberikan oleh para responden serta kata kunci dari jawaban-jawaban tersebut.

Tabel 4.3.

Pertimbangan Feng Shui dalam Pemberian Nama Toko

Responden	Jawaban	Keyword
R1	<p>Hmm.. yaaaa pake to. Tapi kalau dari letak toko sih, kita milih yang nggak tusuk sate ya, maksudnya yang berada di depan gang gitu. Kayak Sidorejo ini, terus sana tu kan Pancar Kobra tu kan temenku, depane kan tusuk sate terus di sembayangi terus, jadi salib e jentrek-jentrek kalo Kristen, kalo Buddha ya pake yong shua segala macem. Kalau nggak di sembayangi keuangane bocor terus katane. Tu beneran kejadian lho.</p>	<p>Memakai Feng Shui Letak toko Pilih yang tidak tusuk sate</p>
R2	<p>Oh ndak. Saya berarti lebih condong ke ilmu marketing ya, pokoknya gampang di ingat gitu. Seperti nama artis sekarang, terus nama-nama hotel juga. Kan biasanya namanya hanya satu kata satu kata gitu ya. Kan yang penting orang-orang gampang menyebutnya, gampang mengingatnya juga.</p>	<p>Tidak memakai Condong ke marketing Gampang diingat Nama hanya satu kata Gampang menyebutnya</p>
R3	<p>Enggak lah ya. Nggak semuluk-muluk itu sih dalam mencari nama. Pokoknya cari nama yang gampang dan juga artinya enak gitu. Gampang tu yaaaa.... hmm... Dalam arti gampang disebut, gampang diingat juga.</p>	<p>Tidak memakai Tidak muluk-muluk Artinya enak Gampang disebut Gampang diingat</p>
R4	<p>Enggak sih, pakai indra ke enam aja. Kerasa aja kalau pake nama Cipta Jaya bakal dapat rejeki gede. Inspirasi pun dari feeling aku sendiri aja.</p>	<p>Tidak memakai Pakai indra ke enam Merasa akan mendapat rejeki yang besar</p>

R5	<p>Hmm... mestinya iya ya. Apalagi orang dulu yang barusan datang dari Cina begitu kan nilai kepercayaan terhadap budaya nya kan kental sekali ya. Kayak semisalnya mereka dulu pada saat berlayar begitu kan pasti juga pakai kepercayaannya misal tempel kertas atau jimat apa.. atau mungkin saat punya rumah juga taro kaca penolak bala, jadi kan nilai akan kepercayaan atau Feng Shui tu masih kental sekali ya.</p>	<p>Memakai Orang dulu yang dari Cina memiliki nilai kepercayaan yang sangat kental</p>
R6	<p>Nggak to. Papaku pokoknya lihat tokoku menghadap timur ya udah pake nama Tong Hien. Kalo om ku tokonya dulu di Wahidin, menghadap selatan, jadinya pakai nama Nam Hien, gitu. Jadi ya simple aja. Soalnya toko dulu gitu kan banyak yang punya orang Gek, jadi ya memberi namanya sekitaran itu saja. Pokoknya ya yang kepikiran aja lah ya.</p>	<p>Tidak memakai Lihat toko menghadap timur Toko om menghadap selatan, bernama Nam Hien Simple Toko dulu kebanyakan punya orang Gek, memberi nama seputaran itu Yang terpikir saja</p>
R7	<p>Nggak sih ya. Papaku tidak mempertimbangkan hal-hal begitu. Pokoknya cari nama yang gampang, artinya juga bagus, karena kan setiap orang kalau kasi nama juga pasti pinginnya yang bagus ya artinya. Setiap nama kan mengandung harapan.</p>	<p>Tidak memakai Tidak mempertimbangkan Cari nama yang gampang Artinya bagus Nama mengandung harapan</p>

Tabel 4.3. mengenai kategori jawaban pertimbangan Feng Shui dalam pemberian nama toko menjelaskan bahwa dalam memberikan nama toko menurut

(R1, R5) menggunakan pertimbangan Feng Shui. Sementara itu, lima orang lainnya mengungkapkan bahwa mereka tidak mempertimbangkan Feng Shui dalam memberikan nama toko pada toko mereka (R2, R3, R4, R6,R7). Tujuh orang responden merupakan pemilik toko yang berasal dari berbagai generasi (R2 merupakan pendiri toko), (R3, R4, R5, R6, R7 merupakan generasi kedua), (R1 merupakan generasi ketiga).

Pada tabel 4.4. mengenai pertimbangan Feng Shui dalam pemberian nama toko menunjukkan bahwa responden yang mempertimbangkan Feng Shui dalam memberikan nama toko kepada tokonya (R1, R5) menyatakan bahwa mereka menggunakan Feng Shui tetapi tidak mengerti ilmu Feng Shui apa yang mereka pakai. Responden yang mengungkapkan bahwa Feng Shui dipertimbangkan dalam memberikan nama toko menganggap bahwa Feng Shui yang dipakai adalah Feng Shui untuk letak toko (R1: *Hmm.. ya pake to. Tapi kalau dari letak toko sih, kita milih yang nggak tusuk sate ya*). Sementara itu responden lain menyebutkan bahwa Feng Shui dipertimbangkan dalam memberikan nama toko namun responden menganggap Feng Shui merupakan ilmu untuk kehidupan sehari-hari (R5: *Hmm.. mestinya iya ya. Apalagi orang dulu yang barusan datang dari Cina begitu kan nilai kepercayaannya terhadap budayanya kan kental sekali. Kayak semisalnya mereka dulu pada saat berlayar begitu kan pasti juga pakai kepercayaannya misal tempel kertas atau jimat apa.. atau mungkin saat punya rumah juga taro kaca penolak bala*)

Sementara itu, enam orang lainnya mengungkapkan bahwa Feng Shui tidak dipertimbangkan dalam pemberian nama toko (R2, R3, R4, R6,R7) karena responden lebih memakai ilmu marketing (R2: *Oh ndak. Saya berarti lebih condong ke ilmu marketing ya*), dengan prinsip mudah diingat dan disebut (R2: *Kan yang penting orang-orang gampang menyebutnya, gampang mengingatnya juga*), (R3: *Dalam arti gampang disebut, gampang diingat juga*), (R7: *Pokoknya cari nama yang gampang*). Responden lain menyebutkan bahwa responden lebih memakai insting atau

pemikirannya sendiri (R4: *Enggak sih, pakai indra ke enam aja*). Selain itu, responden lain juga menyebutkan pemberian nama toko hanya didasari oleh pemikiran yang sederhana saja, semisal karena melihat lokasi toko (R6: *Nggak to. Papaku pokoknya lihat tokoku menghadap timur*), atau berdasarkan bahasa sehari-hari yang dipakai (R6: *toko dulu gitu kan banyakan yang punya orang Gek, jadi ya memberi namanya sekitaran itu saja.*).

Jadi secara keseluruhan untuk responden yang menyatakan bahwa Feng Shui tidak dipertimbangkan dalam memberikan nama toko lebih cenderung memakai ilmu marketing, memakai pemikirannya sendiri, dan juga karena melihat lokasi toko dan bahasa sehari-hari yang digunakan. Sementara itu beberapa responden yang mempertimbangkan Feng Shui dalam memberikan nama toko lebih cenderung tidak mengerti secara pasti ilmu Feng Shui yang dipakai, dilihat dari jawaban Feng Shui untuk letak toko dan juga Feng Shui untuk kehidupan sehari-hari.

Jika dikaitkan dengan masalah generasi, ditemukan bahwa ternyata generasi tidak menjadi alasan bagi seseorang untuk memakai ilmu Feng Shui. Jadi, tidak benar ketika ada pendapat yang mengatakan bahwa semakin ke sini orang-orang tidak memperhatikan ilmu Feng Shui, ataupun orang-orang tua dulu pasti mempertimbangkan Feng Shui karena memang generasi tidak mempengaruhi pemikiran seseorang untuk mempertimbangkan Feng Shui bagi nama tokonya.

4.3.4. Analisis Hasil Wawancara terkait dengan Pertanyaan: Makna dan Harapan dari Nama Toko yang diberikan.

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai jawaban-jawaban para responden terkait dengan pertanyaan: Apa makna dari nama toko yang Anda pilih? Dengan makna tersebut apa harapan Anda terhadap nama toko tersebut?

Berikut adalah tabel dari jawaban-jawaban yang diberikan oleh para responden serta kata kunci dari jawaban-jawaban tersebut.

Tabel 4.4.

Makna dan Harapan dari Nama Toko yang diberikan

Responden	Jawaban	Keyword
R1	<p>Yaaaaa... kalo Surya tu kan artinya matahari gitu ya, kan soalnya tadi tuu toko kita kan berada di bawah matahari persis jadi inginnya bisa menerangi orang lain dan juga toko-toko lain seperti ituuu, lalu juga kan Kencana tu artinya Kereta Emas jadi dari logam gitu tooo kan mewakili usaha toko kita yang jual kabel-kabel listrik gitu ya kurana lebihnya. Selain itu kan kereta emas juga harapannya bisa jalan terus gitu, sama seperti toko kita yang harapannya juga bisa jalan terus menerus.</p>	<p>Surya berarti matahari</p> <p>Ingin menerangi</p> <p>Kencana berarti kereta emas</p> <p>Dari logam</p> <p>Mewakili usaha</p> <p>Kereta emas harapannya bisa jalan terus</p>
R2	<p>Tidak ada maknanya ya Naga Mas tu. Dan sebenarnya juga nama itu tidak berpengaruh banyak dalam usaha kok. Percuma kalau memberi nama usaha bagus tapi terus kita hanya leha-leha gitu. Yang menentukan usaha kita maju atau tidaknya kan bagaimana kita punya semangat untuk terus memajukan usaha kita. Saya pun juga</p>	<p>Tidak ada makna</p> <p>Nama tidak berpengaruh</p> <p>Majunya usaha tergantung semangat</p>

	<p>begitu, saya harus terus memantau bagaimana kondisi pasar sekarang, gimana permintaan pasar sekarang, trend batik sekarang bagaimana. Saya sering suruh anak buah tanya-tanya gitu sama pesaing mereka sekarang sedang buat apa, dan saya buat kebalikannya. Jadi biar tidak menyamai seperti itu. Misal, pesaing buat yang warna warni, saya bikin yang hitam putih. Pesaing bikin ukuran besar, ya saya bikin yang ukurannya dikurangi 10% gitu.</p>	
R3	<p>Simple aja sih, kan rejeki maknanya yang <i>ngrejekini</i> gitu lo. Jadi ya harapannya dengan nama itu ya bisa memberikan rejeki terus gitu tokonya.</p>	<p>Simple Maknanya <i>ngrejekini</i> Bisa memberi rejeki</p>
R4	<p>Cipta Jaya itu tidak ada artinya, tetapi kalo <i>Kong Djin Tong</i> itu ada artinya, karena dia kan bahasa mandarin ya.. <i>Kong</i> itu artinya luas, kalau <i>Djin</i> tu hmm apa yaaa... dari agama Tao itu lho... hmm artinya... Baik budinya. Sedangkan <i>Tong</i> itu artinya toko obat, jadi dulu kalo mau diterjemahkan itu bacanya dibalik. Dulu semua toko obat pasti namanya ada <i>Tong</i> nya, karena memang <i>Tong</i> itu artinya toko obat.</p>	<p>Cipta Jaya tidak ada arti Kong Djin Tong ada artinya Kong: luas Djin: Baik budinya Tong: toko obat</p>

R5	<p>Tang Seng itu berarti terbit dari timur.</p> <p>Seperti yang tadi sudah saya bilang ya, kan papa pinginnya toko ini selalu semangat gitu, bisa menerangi, membantu orang lain.. makanya filosofinya seperti terbit dari timur begitu. Harapannya yaaaa.. tentu saja toko ini bisa terus membantu dan juga memberikan yang terbaik bagi orang-orang yang butuh alat-alat <i>sanitary</i>.</p>	<p>Tang Seng: terbit dari timur</p> <p>Ingin toko selalu semangat</p> <p>Bisa menerangi, membantu</p> <p>Filosofinya terbit dari timur</p> <p>Harapan bisa terus membantu dan memberi yang terbaik</p>
R6	<p>Tong Hien itu Tong artinya Timur, Hien artinya Jaya. Artinya ya kita ingin toko kita tetap jaya begitu.</p>	<p>Tong: timur</p> <p>Hien: Jaya</p> <p>Toko tetap jaya</p>
R7	<p>Boma itu artinya sakti. Tidak bisa mati. Jadi Boma itu adalah tokoh wayang yang sakti. Harapannya ya <i>simple</i>, inginnya toko ini bisa berdiri terus, tidak bisa mati.</p>	<p>Boma berarti sakti</p> <p>Tidak bisa mati</p> <p>Boma tokoh wayang sakti</p> <p>Harapan <i>simple</i>, ingin berdiri terus, tidak bisa mati</p>

Pada tabel 4.4. mengenai makna dan harapan dari nama toko yang diberikan diungkapkan bahwa responden ternyata dalam memberikan nama toko tidak mempertimbangkan makna dan harapan (R2, R4) sehingga nama toko tersebut hanyalah sebuah nama (R2: *Tidak ada maknanya ya Naga Mas tu*), (R4: *Cipta Jaya itu tidak ada artinya*).

Beberapa responden juga menyebutkan bahwa makna dan harapan dari nama toko yang diberikan dapat berarti makna yang sederhana (R3, R4, R6) seperti nama

toko yang memiliki arti langsung (R3: *Simple aja sih, kan rejeki maknanya yang ngrejekini gitu lho*), atau nama toko tersebut merupakan bahasa asing yang maknanya dapat diartikan dalam bahasa Indonesia (R4: *Kong Djin Tong itu ada artinya... Kong itu artinya luas, kalau Djin tu hmm apa yaaa... dari agama Tao itu lho... hmm artinya... Baik budinya. Sedangkan Tong itu artinya toko obat*), (R6: *Tong Hien itu Tong artinya timur, Hien artinya jaya. Artinya ya kita ingin toko kita tetap jaya begitu*). Jadi makna dalam memberikan nama toko tidaklah harus rumit namun juga dapat berarti yang sederhana namun dapat langsung terlihat bahwa memang nama tersebut memiliki makna dan harapan yang diinginkan oleh pemilik toko.

Selain itu, nama toko yang diberikan oleh pemilik toko juga dapat memiliki makna dan harapan yang mengandung unsur alam dan dapat diterjemahkan menjadi harapan dari pemilik toko (R1, R5), seperti nama toko tersebut memiliki makna mengenai matahari dan memiliki harapan ingin membantu orang lain dari nama tokonya tersebut (R1: *Yaaaaa... kalo Surya tu kan artinya matahari gitu ya, kan soalnya tadi tuu toko kita kan erada di bawah matahari persis jadi inginnnya bisa menerangi orang lain*), (R5: *Tang Seng itu berarti terbit dari timur. Seperti yang tadi sudah saya bilang ya, kan papa pinginnnya toko ini selalu semangat gitu, bisa menerangi, membantu orang lain*).

Responden juga mengatakan bahwa nama toko yang diberikan oleh pemilik toko dapat memiliki makna dan harapan yang mengandung unsur kekuatan (R7), seperti misalnya nama toko tersebut memiliki arti yang bersifat kuat atau sakti sehingga harapannya tokonya dapat berjalan terus seperti arti dari nama tokonya (R7: *Boma itu artinya sakti. Tidak bisa mati. Jadi Boma itu adalah tokoh wayang yang sakti. Harapannya ya simple, inginnnya toko ini bisa berdiri terus, tidak bisa mati*).

Responden lain juga menyebutkan bahwa nama toko yang diberikan oleh pemilik toko dapat memiliki makna yang mengandung unsur elemen usaha dari toko tersebut

(R1), dan harapan dari toko tersebut berdasarkan dari elemen yang diambil untuk nama tokonya (R1: *Kencana tu artinya Kereta Emas jadi dari logam gitu too kan mewakili usaha toko kita yang jal kabel-kabel listrik gitu ya kurang lebihnya. Selain itu kan kereta emas juga harapannya bisa jalan terus gitu, sama seperti toko kita*).

Dari beberapa jabaran di atas, diketahui bahwa makna dan harapan dari pemilik toko terhadap nama tokonya dapat memunculkan satu konsep mengenai makna dan harapan dari pemilik toko terhadap nama toonya yang secara komprehensif akan dirumuskan berdasarkan beberapa aspek yang digali dari para responden. Pemilik toko dalam memberikan nama toko memiliki beberapa makna dan harapan yang tersirat dalam nama tokonya yang dapat dibagi menjadi dua, yaitu tidak adanya makna dalam nama toko mereka dan juga adanya makna dan harapan dalam nama toko mereka. Namun kecenderungan responden untuk memiliki makna dan harapan dalam nama toko mereka lebih banyak daripada yang tidak memiliki makna dan harapan dalam nama toko mereka. Hal ini dapat dilihat dari makna dan harapan pemilik toko yang dapat bermakna sederhana, mengandung unsur alam, kekuatan, dan juga elemen usaha.

4.3.5. Analisis Hasil Wawancara terkait dengan Pertanyaan: Kepuasan Pemilik Toko dalam Pemberian Nama Tokonya.

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai jawaban-jawaban para responden terkait dengan pertanyaan: Apakah yang Anda rasakan dengan nama toko yang Anda berikan? Apakah Anda merasa puas?

Berikut adalah tabel dari jawaban-jawaban yang diberikan oleh para responden serta kata kunci dari jawaban-jawaban tersebut.

Tabel 4.5.

Kepuasan Pemilik Toko dalam Pemberian Nama Tokonya

Responden	Jawaban	Keyword
R1	<p>Sudah puas sih hmm... Bisa berdiri sampai sekarang menurut saya sudah bagus sekali ya apalagi sekarang persaingan sudah sangat ketat. Tetapi juga tidak hanya nama ya yang bisa bikin jalan terus (tokonya). Kita kan juga harus terus berusaha untuk memenuhi tuntutan jaman, seperti misal toko ini juga sudah memiliki website meskipun emang belum sepenuhnya selesai sih yaaa, tapi kita juga sudah punya email gitu. Kita juga ngelayanin lewat whatsapp, BBM. Saingan kita juga bukan hanya dari Semarang aja, tapi juga dari Jakarta dan juga Surabaya. Sekarang kan orang maunya cari mudah ya pokoknya yang paling gampang bisa dihubungin dan cepet, itu yang dapet order. Tapi kita kalau mau masukin Tokopedia gitu gabisa, soalnya kan beda ya. Apalagi harga kabel-kabel gini seperti emas, fluktuatif gitu. Makanya buat mau maju kita terus usaha mengikuti jaman juga.</p>	<p>Sudah puas Bisa berdiri sampai sekarang Nama tidak bisa membuat toko berjalan terus Usaha juga perlu</p>
R2	<p>Saya sudah merasa senang sih. Memang nama Naga Mas ini kan sudah melalui beberapa tahap uji ya, kan pada awalnya</p>	<p>Sudah senang Sudah melalui tahap uji Tes dengan 4 nama Naga Mas penjualan</p>

	<p>saya sudah mencoba mengetes menggunakan 4 nama dan memang nama Naga Mas yang paling banyak penjualannya dan hingga sekarang pun orang-orang mengingat Naga Mas. Namun untuk membuat orang-orang mengingat Naga Mas sebagai nama yang baik, tentu saja saya harus bekerja keras. Dari tahun 86 sampai sekarang 2016 saya tidak pernah berhenti untuk berusaha. Dan saya pun juga tidak jenuh dalam mengerjakan hal ini karena memang <i>passion</i> saya di batik. Kalaupun saya bosan saya akan istirahat sejenak, setelah itu ya kembali lanjut lagi.</p>	<p>paling tinggi Orang mengingat Naga Mas Nama saja tidak cukup Harus bekerja keras</p>
R3	<p>Ya puas lah ya, masa nggak puas. Orang tokonya saja sudah berdiri selama puluhan tahun, dan aku juga sudah bersyukur sekali bisa berdiri sampai sekarang. Orang-orang juga yang beli mau kembali lagi, dan ingat terus sama toko ini.</p>	<p>Puas Sudah berdiri selama puluhan tahun Orang mau kembali dan ingat terus</p>
R4	<p>Ya puas sih. Saya juga suka dengan namanya. Kan saya yang kasi namanya sendiri. Selain itu juga namanya mudah diucapkan, mudah diingat juga.</p>	<p>Puas Suka dengan namanya Mudah diucapkan, mudah diingat</p>
R5	<p>Sudah lah ya. Tidak ada yang mengembari, namanya unik juga, gampang diingat. Sudah</p>	<p>Sudah puas Tidak ada yang</p>

	lebih dari puas lah. Bisa berdiri juga sampai sekarang dan syukurnya bisa terus berkembang, saya sudah sangat puas.	mengembari Namanya unik Mudah diingat
R6	Puas lah ya. Kalo nggak puas, ntar ganti nama ribet. Harus mengurus SIUP, dan lain-lain, repot malahan	Puas Ganti nama ribet
R7	Sudah sih ya. Boma juga menurut saya nama yang bagus. Orang juga gampang mengingatnya. Meskipun juga ada yang meniru hampir-hampir sama namanya, tapi ya gapapa lah. Orang-orang kan juga pasti inginnya tokonya menajadi sesuai harapannya ya.	Sudah puas Namanya bagus Gampang mengingatnya

Pada tabel 4.6. mengenai Kepuasan Pemilik Toko dalam Pemberian Nama Tokonya diungkapkan bahwa seluruh responden ternyata sudah puas dengan nama toko yang telah mereka berikan pada toko mereka (R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7). Beberapa responden (R1, R3) sudah puas dengan nama toko yang diberikan pada tokonya karena dengan nama tersebut toko mereka masih bisa berdiri sampai sekarang (R1: *Sudah puas sih hmm... Bisa berdiri sampai sekarang menurut saya sudah bagus sekali*), (R3: *Ya puas lah ya, masa nggak puas. Orang tokonya saja sudah berdiri selama puluhan tahun, dan aku juga sudah bersyukur sekali bisa berdiri sampai sekarang*).

Selain itu beberapa responden juga mengungkapkan bahwa mereka telah merasa puas dengan nama toko yang diberikan karena nama tersebut mudah diingat (R2, R3, R4, R5, R6, R7) sehingga orang-orang dapat mengingat nama toko mereka dengan mudah (R2: *dan hingga sekarang pun orang-orang mengingat Naga Mas*), (R3:

Orang-orang juga yang beli mau kembali lagi, dan ingat terus sama toko ini), (R4: mudah diucapkan, mudah diingat juga), (R5: gampang diingat), (R7: Orang juga gampang mengingatnya).

Jadi secara keseluruhan responden sudah merasa puas dengan nama toko yang diberikan karena dengan nama toko tersebut, toko para responden masih berdiri sampai sekarang dan juga para responden merasa bahwa nama toko mereka dapat diingat oleh orang-orang dengan mudah.

4.4. Diskusi

Dari jawaban-jawaban responden yang telah diketik lalu di cari kata kunci dan juga di cari hubungannya antara satu jawaban dengan satu jawaban lain, dalam bagian ini peneliti akan mencoba meneliti lebih dalam lagi jawaban dari setiap responden mengenai bagaimana pendiri toko mempertimbangkan Feng Shui dalam pemberian nama toko, lalu apa nilai-nilai yang digunakan dalam memberikan nama toko, dan juga apakah dengan makna nama toko yang digunakan sudah sesuai dengan harapan pendiri toko.

Dalam rumusan masalah mengenai bagaimana pendiri toko mempertimbangkan Feng Shui dalam pemberian nama toko dan juga nilai-nilai apa yang digunakan dalam memberikan nama toko, ditemukan bahwa ternyata dalam memberikan nama pada tokonya, responden mempertimbangkan hal-hal yang sebenarnya tidak rumit seperti lokasi toko, tokoh cerita ataupun legenda yang dirasa memiliki makna ataupun gambaran yang bagus, dan juga harapan responden terhadap tokonya. Lokasi toko digambarkan dengan ke mana arah toko menghadap, atau di bagian mana toko tersebut berada. Hal ini dipertegas oleh pemilik dari toko Tong Hien yang menamai tokonya Tong yang berarti timur karena tokonya menghadap ke arah timur. Beberapa

responden bahkan tidak mengetahui hal apa yang dipertimbangkan ketika memberikan nama toko karena beberapa faktor semisal karena responden saat ini merupakan generasi penerus sehingga tidak mengetahui secara detail apa hal-hal yang mempengaruhi dalam memberikan nama toko, dan juga karena memang pendiri toko tidak memiliki hal apapun untuk dipertimbangkan, seperti yang diungkapkan oleh pemilik dari toko Cipta Jaya yang memberikan nama pada tokonya karena *feeling* atau pemikiran yang tiba-tiba terlintas begitu saja.

Dalam memberikan nama toko juga responden di latar belakang oleh hal-hal yang cenderung sederhana seperti adanya peraturan pemerintah saat itu yang menetapkan untuk mengganti nama toko yang berbahasa asing menjadi bahasa Indonesia. Pada saat peraturan tersebut belum ada, secara keseluruhan responden yang mendirikan toko sebelum tahun 1960 memiliki nama dengan bahasa asing yang memiliki arti sederhana seperti *Tan Ing Sioe* yang merupakan nama dari pendiri toko, *Kong Djin Tong* yang berarti Toko Obat yang luas dan baik budinya, *Tong Hien* yang berarti Timur Jaya, dan *Njan-Njan* yang berarti mengalir terus seperti air. Bahasa-bahasa asing tersebut juga cenderung berasal dari bahasa mandarin, kecuali *Tan Ing Sioe* yang merupakan nama dari pendiri toko, dan juga *Tong Hien* yang merupakan kata dari bahasa Hakka yang dipakai oleh orang-orang dari suku Gek. Dari pembahasan ini, diketahui juga bahwa asal usul pendiri toko juga ikut mempengaruhi latar belakang dari penamaan toko, seperti *Tong Hien*.

Dalam hal ini, yang menarik adalah meskipun responden yang diteliti merupakan orang-orang yang ber-etnis Tionghoa, namun ternyata responden cenderung tidak melibatkan Feng Shui sama sekali. Alasan responden untuk tidak memakai ilmu Feng Shui adalah karena mereka cenderung lebih memakai ilmu marketing yang di rasa lebih praktis. Hal ini ditemukan dalam beberapa jawaban responden yang menyebutkan bahwa responden cenderung mencari nama toko yang mudah disebutkan dan juga mudah diingat, yang juga dipertegas oleh pemilik dari

toko Naga Mas yang menyebutkan bahwa beliau mencari nama yang selain mudah diingat dan disebut, beliau juga mencari nama yang hanya mengandung satu dua kata saja.

Bahkan yang lebih menarik adalah responden menggunakan tokoh dari cerita Jawa sebagai inspirasi dalam memberikan nama tokonya, seperti yang diungkapkan oleh pemilik toko Boma bahwa pendiri toko memberi nama Boma karena pendiri toko terinspirasi dengan tokoh wayang bernama Boma yang sakti dan tidak bisa mati. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa tempat yang ditinggali saat ini pun dapat memberikan pengaruh dalam memberikan nama toko. Jadi karena pendiri toko tinggal di pulau Jawa maka pendiri toko juga mencari nama toko yang sesuai dengan adat atau cerita milik orang-orang Jawa.

Sementara itu, beberapa responden yang menjawab bahwa mereka mempertimbangkan Feng Shui juga sebenarnya tidak mengetahui secara pasti apa Feng Shui yang digunakan dalam nama toko mereka. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menjawab Feng Shui untuk tata letak toko dan juga penggunaan Feng Shui dalam kehidupan sehari-hari. Dari hal ini dapat dilihat bahwa ternyata orang-orang Tionghoa cenderung tidak mengetahui secara detail apa sebenarnya ilmu Feng Shui dan juga cakupannya sehingga pertimbangan Feng Shui dari para responden dalam memberikan nama toko sebenarnya sangat kecil. Meskipun begitu, sebenarnya responden juga ada yang sebenarnya mempertimbangkan Feng Shui dalam memberikan nama pada tokonya namun responden tidak menyadarinya, seperti toko Surya Kencana, Cipta Jaya, dan Tang Seng. Pemilik dari toko Surya Kencana mengungkapkan bahwa nama Kencana berarti kereta yang berasal dari logam, sesuai dengan toko tersebut yang menjual kabel-kabel dari logam, sementara nama Cipta Jaya sebenarnya memiliki keseimbangan yin yang dilihat dari inisial C dari kata Cipta yang memiliki satu goresan (ganjil), dan inisial J yang terdapat dalam kata Jaya memiliki dua goresan

(genap). Nama Tang Seng juga memiliki keseimbangan yin yang karena inisial T dari kata Tang memiliki dua goresan (genap), dan inisial S dari kata Seng memiliki satu goresan (ganjil).

Generasi juga tidak menjamin bahwa semakin ke sini generasi sekarang tidak mengerti Feng Shui, sementara generasi dulu sangat mengerti Feng Shui karena ditemukan bahwa responden yang mendirikan tokonya sebelum tahun 1960 pun cenderung tidak mengerti Feng Shui, sementara responden yang menjadi pemilik toko setelah tahun 1960 pun ada yang mengerti Feng Shui meskipun tidak secara mendetail.

Sementara itu dalam rumusan masalah apakah dengan makna nama toko yang digunakan sudah sesuai dengan harapan pendiri toko, ditemukan bahwa keseluruhan responden merasa bahwa makna dari nama toko yang diberikan kepada tokonya sudah sesuai dengan harapan dari pendiri toko. Alasan dari kesesuaian tersebut didasari oleh beberapa harapan diantaranya beberapa responden mengungkapkan bahwa dengan memberikan nama toko tertentu, mereka berharap bahwa toko tersebut akan menjadi jaya, abadi, tidak bisa mati, dan dapat membantu orang-orang. Dan dari harapan yang terbentuk dalam nama toko tersebut, pemilik toko merasa bahwa toko mereka saat ini pun sesuai dengan harapan mereka karena sampai sekarang toko tersebut dapat berdiri dan juga berkembang untuk dapat terus membantu dan melayani konsumen.

Selain karena harapan untuk bisa terus jaya, dan dapat membantu orang-orang, beberapa responden juga berharap dengan nama toko yang diberikan orang-orang akan dengan mudah menyebut dan mengingat toko tersebut sehingga konsumen yang datang dapat dengan mudah kembali dan merekomendasikan toko tersebut. Dan dengan nama toko yang diberikan, meskipun ada beberapa yang tidak memiliki makna seperti Naga Mas dan juga Cipta Jaya, namun pemilik-pemilik toko

tersebut merasa bahwa nama toko tersebut sesuai dengan harapan mereka yaitu mudah untuk diingat dan disebut.

