

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Etnik Cina banyak yang datang ke Indonesia karena menghindari tekanan kemiskinan dan birokrasi yang ada di Cina. Etnik Cina, salah satunya Cina Benteng. Nama Cina Benteng berasal dari kata Benteng, nama lama dari kota Tangerang. Benteng ini adalah salah satu benteng terpenting Belanda dan merupakan Benteng terdepan pertahanan Belanda di pulau Jawa. (Eng, Oey Tjin. 2018 : 1)

Sejak Orde Baru berdiri, pemerintah Indonesia mulai menggunakan istilah Cina (sebelum tahun 1972, dieja sebagai “Tjina”) untuk menyebut etnik Cina. Sejak zaman kolonial Belanda, istilah Cina mengandung arti yang merendahkan, dan dianggap oleh orang yang bersangkutan sebagai sebutan yang bersifat menghina dan meremehkan.). Etnik Cina yang telah menetap di Indonesia, pada umumnya berasal dari suku-suku yang terdapat di Cina Tenggara, antara lain *Hakka, Hainan, Hokkian, Kantonis, Hokchia, dan Tiochiu*. Sebagian besar dari etnik Cina di Indonesia menetap di pulau Jawa. Di Cina sendiri, popularitas istilah etnik Cina (lafal Hokkian, *Zhonghua* (中华) dalam Bahasa Mandarin baku berhubung dengan bangkitnya nasionalisme pada abad akhir ke-19. *Zhonghua* (中华) digunakan beberapa abad sebelumnya, sebagai sinonim *Zhongguo* (中国) etnik Cina dalam lafal *Hokkian*. Istilah *Zhongguo* (中国) bermakna Negeri Tengah atau *The Middle Kingdom*. (Suryadinata, 2002:31)

Jumlah terbesar Etnik Cina di Jawa pada peralihan abad ke-20 adalah mereka yang terlahir di Hindia Belanda. Dalam sensus tahun 1930, yaitu tiga puluh tahun kemudian etnik Cina yang lahir di Hindia Belanda tetap merupakan mayoritas, yaitu 79 persen dari seluruh penduduk etnik Cina, yang sudah tiga generasi kira-kira 63,5 persen. Etnik Cina ini, yang umumnya disebut peranakan Cina, bukan saja dilahirkan di Hindia Belanda, mereka juga tidak lagi bisa berbahasa Mandarin lagi. Karena tidak adanya kaum wanita etnik Cina, maka

banyak kaum laki-laki etnik Cina kawin dengan wanita pribumi. Keturunan mereka hanya bisa bahasa lokal, umumnya bahasa Melayu yang memang dipakai sebagai *lingua franca* pada waktu itu. Walaupun mereka sudah tidak bisa Bahasa Mandarin, etnik Cina sangat memegang teguh nilai-nilai budaya. (Suryadinata,1984:53)

Identitas budaya merupakan budaya bersama yang dimiliki oleh sekelompok orang yang memiliki sejarah dan keturunan yang sama. Istilah “etnik Cina” dan “Cina” juga masuk pada pers pribumi dan pers peranakan etnik Cina pun mulai memakai “Indonesier” tidak lagi “Bumipoetra” untuk menyebut orang pribumi dan orang Indonesia, tidak lagi “Hindia-Belanda” dan “Hindia Olanda”. Sejak pendudukan Jepang hingga Indonesia merdeka, istilah “Tionghoa” menjadi sebutan baku, bukan saja di Jawa. Etnik Cina di Jawa sebelum akhir abad ke-19 pada dasarnya adalah masyarakat peranakan. Para anggota masyarakat ini telah kehilangan kemampuannya berbahasa Mandarin dan menggunakan bahasa Melayu sebagai bahasa komunikasinya. Selain itu, etnik Cina di Indonesia juga telah memainkan peran penting dalam sektor ekonomi sejak zaman kolonial. (Seng, Ann Wang. 2007: 35)

Salah satu budaya etnik Cina yaitu bisnis. Bisnis adalah hasil karya, cipta, dan rasa manusia dalam kegiatan jual beli, yakni dimana penjual menawarkan produk yang dijualnya kepada pembeli. Salah satu bisnis yang ditawarkan adalah makanan. Setiap kelompok mempunyai suatu pola tersembunyi dalam memperoleh, menggunakan dan menilai makanan yang akan merupakan ciri kebudayaan dari kelompok masing-masing. Makanan sering kali diberi nilai secara simbolis dalam agama dan dalam mengutarakan suatu hubungan sosial. Menghidangkan makanan merupakan suatu simbol dari suatu persaudaraan, kekeluargaan, penerimaan dan kepercayaan. Selain sebagai pemuas rasa lapar dan makna simbolis suatu peristiwa dalam masyarakat, makanan dapat juga menunjukkan identitas suatu masyarakat, kelompok serta etnis tertentu. Makanan dapat memberikan identitas budaya suatu kelompok individu, perorangan dan masyarakat. (Suparwati, Ni Komang Trisna. 2013 : 33).

Makanan merupakan bagian dari budaya, sehingga kuliner dapat menjadi identitas suatu kelompok. Makanan di setiap daerah dilestarikan sebagai identitas bersama. Selain budaya, kuliner juga berkembang secara dinamis dari masa ke masa. Makanan merupakan bagian dari sejarah, sejarah mempengaruhi ragam makanan suatu daerah. Perkembangan kuliner Indonesia tidak dapat dilepaskan dari pembaurannya dengan berbagai kebudayaan. Makanan tidak hanya memuaskan lidah penikmatnya, namun terdapat makna dan nilai – nilai budaya yang terkandung dalam makanan. Makanan sering diberi nilai secara simbolis dalam agama dan kehidupan bermasyarakat. Makanan sebagai simbol biasanya memiliki kekhasan dalam penyajiannya. Siomai merupakan akulturasi dua budaya makanan antara Cina dan Indonesia. (Susanti, Indah Ella. 2015 : 385).

Selain nilai-nilai budaya, etnik Cina menganut banyak keunikan etnik dalam berbisnis, di antaranya ada sistem *guanxi* 关系 (jaringan bisnis), *ganqing* 感情 (menghormati dan menjaga ikatan perasaan atau hubungan batin yang dalam), serta *xinyong* 信用 (jaringan antar-pribadi), sebagai perilaku bisnis semacam ini terbentuk oleh kebiasaan berabad-abad dan hingga sekarang masih dianut oleh banyak etnik Cina yang melakukan usaha. Hal ini menyebabkan mereka menciptakan manajemen yang khas, dimana saja mereka tinggal. Ciri yang konon terbentuk oleh kebiasaan berabad-abad itu antara lain, terlihat pada perusahaan mereka yang lazimnya adalah perusahaan keluarga. Sebagai etnik Cina Peranakan yang berada di dalam irisan kedua etnik Cina dan pribumi, pengalaman komunikasi dalam bisnis keluarga yang dijalankan oleh mereka tentunya memiliki cerita tersendiri karena adanya akulturasi dari kedua etnik yang memiliki nilai-nilai yang bersebrangan. (Abdi, Firda Firdaus. 2015 : 107)

Etnik Cina yang terkenal dengan jiwa bisnis adalah kaum totok. Hubungan etnis, keberhasilan pengusaha totok dikarenakan etos imigran. Kebanyakan kaum totok adalah pendatang baru dan tidak mempunyai usaha yang kukuh. Mereka lebih cenderung inovatif dan berani ambil risiko tinggi. Hal ini berkaitan dengan teori Schumpeter bahwa minoritas asing seringkali berfungsi sebagai wirausahawan. Peranakan dilain pihak, lebih konservatif.

Banyak yang lebih berminat menjadi kaum professional dari pada wirausahawan. Meskipun etnik Cina mempunyai sikap fleksibel dalam bisnis, pada dasarnya mereka cukup berhati-hati dan bersikap konservatif ketika menjalankan kegiatan dengan aspek pengurusan keuangan. Para pebisnis harus cermat dan jika bisa berhemat dengan cara mengontol pengeluaran yang tidak perlu. Itulah sebabnya mereka lebih suka mempekerjakan sanak keluarga sendiri untuk membantu kegiatan perdagangan mereka. Mereka yang menjalani kegiatan bisnis dianggap sebagai pahlawan karena berani ambil risiko dan tidak takut berhadapan dengan kegagalan ataupun kerugian. Selain itu, etnik Cina memiliki etika bisnis yang harus dipegang yaitu menjatuhkan bisnis merupakan perbuatan yang dikutuk oleh etnik Cina, persaingan sehat akan menguntungkan semua, dan tidak dianjurkan terlibat dalam kegiatan bisnis yang sama tetapi jarang sekali berkumpul dalam satu kawasan. Pebisnis yang tidak patuh dan tidak berpegang pada etika ini akan dikenakan hukuman oleh sesama etnik Cina. Hukuman itu dapat berupa pengusiran, pengasingan, atau tekanan yang akan memaksanya menghentikan kegiatan bisnisnya. Ketekunan merupakan salah satu faktor keberhasilan etnik Cina dalam kegiatan bisnis. Mereka rela menempuh segala tantangan, rintangan, dan kesulitan untuk mensukseskan kegiatan bisnis mereka. (Wang Seng, Ann. 2007 : 62)

Keberhasilan etnik Cina dalam bisnis berkaitan dengan pandangan dan falsafah hidup yang dipegangnya. Ketika mereka berbicara, mereka akan bicara dengan suara yang keras. Namun mereka selalu melakukan apa yang mereka katakan. Ketika mereka ingin melakukan bisnis, mereka biasanya tidak berpikir panjang untuk melakukannya. Pengalaman dan kemahiran tidak penting karena itu dapat dipelajari dikemudian hari. Bisnis dianggap sebagai karier yang stabil dibanding orang yang mendapat gaji. Dengan bisnis, seseorang dapat membina karier yang cemerlang. Semuanya ditentukan oleh usahanya sendiri. Mereka berpandangan bahwa orang yang mencari keuntungan jangka pendek akhirnya akan kecewa dan gagal. Apabila melibatkan diri dalam kegiatan perdagangan, kita harus menetapkan tujuan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang. Budaya Etnik Cina mengutamakan hal seperti “siapa cepat dia dapat”. Orang

akan kalah jika dia lambat bertindak. Pebisnis sejati tidak takut pada persaingan dan kerugian. Mereka tidak seharusnya sifat-sifat dengki dan iri hati pada pebisnis yang lain. Segala sifat itu harus dihapuskan jika mereka ingin berhasil dalam melakukan bisnis yang ingin digelutinya. Etnik Cina menganjurkan persaingan karena hal itu meningkatkan keterampilan, produktivitas dan kemahiran, kreativitas dan memberikan pengalaman yang berguna. (Suryadinata, Leo. 2002 : 69).

Budaya bisnis etnik Cina masuk kedalam kategori karakteristik budaya dan kehidupan etnik Cina sebagai ekspatriat. Karakteristik budaya etnik Cina yaitu kekuasaan dan otokasi, kekeluargaan, jaringan relasi, harga diri dan wibawa, serta fleksibel dan bertahan hidup. Kemudian dari kehidupan etnik Cina yaitu sebagai ekspatriat, etnik Cina tetap harus menyesuaikan diri pada tempat barunya, namun konteks budaya mereka juga perlu diketahui dan dikenal oleh tempat baru tersebut. (Setiawan, Surya. 2005 : 166).

Selain itu banyak jenis bisnis yang dilakukan oleh etnik Cina di Indonesia, salah satunya makanan. Makanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia adalah *Chinese food*. Etnik Cina berani mengadu nasib: mengarungi samudra, mengembara ke belahan dunia mana pun. Tidak sebatas Indonesia dan negara-negara lainnya. Di Indonesia tidak sedikit rumah makan Cina yang menempati bangunan sendiri. Namun demikian, dapat dipastikan bahwa setidaknya sebuah kedai *Chinese food* terselip dalam area hunian kita. Bukti bagaimana letaknya cita rasa masakan etnik Cina dalam kehidupan sehari-hari, yaitu siomai. Secara umum, siomai di Indonesia ada dua macam yaitu dengan kulit dan tanpa kulit. Dengan kulit yang dikukus dengan taburan parutan wortel di atasnya dikenal dengan gaya Cina, sementara siomai tanpa kulit yang disajikan dengan saus atau sambel kacang, dikenal dengan nama generik siomay Bandung. (Hadibroto, Cherry. 2018 : 63).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah penelitian skripsi ini akan membahas bisnis etnik Cina dalam bidang makanan Siomai Sandy di daerah Sewan, Rawa Kucing, Tangerang.

1. Bagaimana sejarah dan perkembangan bisnis makanan siomai di Sewan, Tangerang ?
2. Bagaimana akulturasi pada Siomai Sandy di Sewan, Rawa Kucing, Tangerang ?
3. Mengapa etnik Cina di Tangerang masih memegang teguh nilai-nilai kebudayaan Cina dalam bisnis ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui sejarah dan perkembangan bisnis makanan Siomai Sandy di Sewan, Tangerang.
2. Untuk mengetahui akulturasi pada Siomai Sandy di Sewan, Rawa Kucing, Tangerang.
3. Untuk mengetahui etnik Cina di Tangerang yang masih memegang teguh nilai-nilai kebudayaan Cina dalam bisnis.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis dan praktis kepada penulis pada umumnya :

1. Manfaat Teoritis yaitu penulisan ini diharapkan digunakan sebagai referensi bagi penulis yang akan datang dalam konteks akulturasi makanan yang berkaitan dengan budaya etnik Cina
2. Manfaat Praktis
 - a. Penulisan ini dapat bermanfaat sebagai rekomendasi penulisan yang fokus pada sejarah kebudayaan dan strategi mempertahankannya, khususnya budaya etnik Cina dibidang kuliner.
 - b. Penulisan ini dimaksudkan untuk mengetahui akulturasi pada makanan siomai Cina dengan siomai Indonesia. Siomai Cina yang menjadikan daging babi sebagai bahan dasar utama, kemudian

diganti dengan ikan tenggiri yang dapat dinikmati bagi siapa pun masyarakat Indonesia yang sebagian masyarakatnya adalah muslim.

- c. Penulisan ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang budaya Cina etika bisnis dalam budaya. Bagi S1 Sastra Cina Fakultas Sastra Universitas Darma Persada. Selain itu dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pihak etnis lain di Indonesia dalam memegang budaya mereka masing-masing, seperti etnik Cina sendiri.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metodologi penelitian kualitatif ini berarti berusaha memahami fakta yang ada dibalik kenyataan, yang dapat diamati secara langsung. Data dalam penyusunan penulisan ini didapat dari wawancara. Wawancara adalah tanya jawab peneliti dengan seseorang sebagai narasumber. Narasumber yang diwawancarai adalah penjual siomai, pembeli, dan warga sekitar. Penjual Siomai Sandy bernama Bapak Herman, beliau adalah pemilik dari generasi penerus yang akan diteliti penulis mengapa bisa bertahan berjualan siomai dari tahun 1970 di Jakarta dan tetap eksis bisnis siomai di Tangerang dari tahun 1982 hingga sekarang. Bertanya kepada pembeli agar mengetahui penilaian terhadap siomai, sehingga menjadi pelanggan setia siomai. Pembeli tersebut bernama Bapak Rudi dan Bu Julia. Keduanya menjadi pembeli sudah lama sejak Bapak Yo Ribut berjualan sepeda, sebelum anaknya Bapak Herman yang meneruskan bisnisnya. Bapak Yudi salah satu warga sekitar yang mengetahui asal terbentuknya Sewan karena orangtua dan nenek moyangnya yang menikah dengan etnik Cina dari Cina, sehingga mengetahui banyak hal mengenai sejarah etnik Cina Benteng di Tangerang. Bapak Oey Thjin Eng adalah orang yang sudah sesepuh, menetap lama tinggal di Tangerang dan mengetahui sejarah etnik Cina di Tangerang. (Maryaeni. 2008 : 3). Selain wawancara, penulis juga mengumpulkan data dengan dari sumber buku, internet, dan artikel.

1.6 Sistematika Penulisan

Rincian masing-masing bab adalah sebagai berikut :

Bab 1 merupakan pendahuluan mengenai latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan skripsi, landasan teori/definisi operasional, hipotesis penelitian, dan ejaan yang digunakan.

Bab 2 Budaya etnik Cina di Tangerang merupakan sejarah etnik Cina di Tangerang, asal mula nama Tangerang, asal-usul etnik Cina Benteng, serta budaya etnik Cina yang berpengaruh dalam bisnis makanan.

Bab 3 Sejarah dan perkembangan bisnis makanan, siomai sebagai bentuk budaya dalam akulturasi makanan etnik Cina mengenai sejarah siomai dikalangan etnik Cina, siomai sebagai akulturasi makanan pada etnik Cina, kualitas pelayanan terhadap konsumen, serta pengukuran kepuasan konsumen.

Bab 4 merupakan kesimpulan dari topik pembahasan yang penulis jabarkan kedalam tiga bab sebelumnya.

1.7 Landasan Teori / Definisi Operasional

Landasan teori ini akan menjadi dasar yang kuat dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Oleh karena itu, pembuatan landasan teori secara baik dan benar dalam sebuah penelitian menjadi salah satu hal yang penting, karena landasan teori akan menjadi sebuah pondasi dan landasan dalam penelitian itu sendiri. Adapun yang termasuk dalam landasan teori penelitian ini sebagai berikut :

1.7.1 Etika Bisnis Etnik Cina di Indonesia

Etika bisnis etnik Cina berpengaruh pada pengembangan sumber daya pengusaha Indonesia untuk mencapai etika bisnis Indonesia. Mereka harus memiliki etos kerja yang baik. Etos adalah pola sikap yang dicerminkan oleh tingkah laku sehari-hari. Pola sikap kerja ini diselidiki dengan bagaimana sikap terhadap kerja mandiri (bukan pegawai), sampai seberapa jauh mereka berani mengambil langkah yang mengandung resiko, dengan mempertaruhkan sumber daya yang dimilikinya, serta bagaimana sensitivitas mereka terhadap pasar, apakah ada dorongan untuk melakukan inovasi, dan sebagainya. Oleh karena itu

kemampuan bisnis pada dasarnya lebih terkait dengan manajemen yang baik, sehingga bermanfaat bagi ketahanan dibidang ekonomi apabila secara umum kita membangun dan mengembangkan kemampuan kewiraswastaan dan manajemen. (Zhong, Wastu Pragantha. 1996 : 114).

1.7.2 Budaya Etnik Cina di Indonesia

Dalam Berry teori akulturasi disebutkan bahwa perubahan-perubahan populasi melalui seleksi alam dalam reaksi terhadap tuntutan lingkungan dinamakan adaptasi. Seseorang yang hidup dalam masyarakat akan terjadi suatu proses enkulturasi dan akulturasi. Enkulturasi merupakan proses yang mempertalikan individu yang berkembang dengan konteks budaya mereka dan akulturasi merupakan suatu proses yang individu ikuti (biasanya pada masa kehidupan kemudian) dengan merespon suatu konteks budaya yang berubah. Konsep enkulturasi mengacu pada pewarisan budaya. Pewarisan budaya mendekati pewarisan biologis. Artinya, enkulturasi dapat terjadi pada proses pembelajaran budaya dari orang tua, orang dewasa atau teman sebaya. Dengan kata lain, pewarisan budaya merupakan proses pembelajaran budaya terhadap seseorang melalui pendidikan ataupun keluarga. Enkulturasi terjadi di lingkungan budaya yang sama. Enkulturasi akan berhasil jika seseorang dapat dapat mewarisi budaya baik bahasa, nilai-nilai maupun acara ritual. Akulturasi menunjuk pada perubahan budaya dan psikologi karena perjumpaan dengan orang berbudaya lain yang juga memperlihatkan perilaku berbeda (Suhardi. 2017 : 3). Koentjaraningrat juga mengatakan teori akulturasi budaya adalah proses sosial yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur-unsur kebudayaan asing, sehingga unsur-unsur kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah kedalam kebudayaan sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kebudayaan itu. (Wardana, Bima Renditya 2017 : 3).

1.7.3 Makanan Sebagai Salah Satu Identitas Budaya

Makanan tidak hanya sumber nutrisi bagi manusia tetapi juga berperan dalam kehidupan kita sehari-hari, kepercayaan, dan sosial ekonomi. Makanan memiliki banyak makna simbolis; itu tidak hanya ungkapan tetapi juga membangun hubungan antara orang dan lingkungan mereka seperti antara orang-orang dan apa

yang mereka yakini. Karena itu, makanan merupakan komponen penting masyarakat. Makanan yang dikonsumsi oleh satu orang saja bukanlah makanan sosial. Namun, ketika dikonsumsi oleh sekelompok orang bersama-sama atau dimakan dalam upacara tradisional, sosialitas makanan diidentifikasi. Dalam kehidupan sosial masyarakat, makanan adalah sarana bagi orang untuk membangun dan mengungkapkan hubungan antar satu sama lain. Hubungan ini ada di antara individu, komunitas, kelompok agama, dan kelompok etnis. (Hartati, 2020: 214-215)

Hall mengemukakan dua pemikiran terkait identitas budaya. Pemikiran pertama menyatakan bahwa identitas budaya merupakan budaya bersama yang dimiliki oleh sekelompok orang yang memiliki sejarah dan keturunan yang sama. Dalam konteks ini, identitas budaya merefleksikan pengalaman sejarah dan kode budaya yang sama dimana cenderung stabil dan tidak berubah. Sedangkan pemikiran kedua menyatakan bahwa identitas budaya tidak sepenuhnya tetap (tidak berubah), melainkan bisa berubah tergantung bagaimana memosisikan (*positioning*) dan menjadi subjek sejarah, budaya, dan kekuasaan yang terus bermain. Dengan kata lain pemikiran pertama menyatakan bahwa identitas budaya adalah *being*, sedangkan pemikiran kedua menyatakan identitas budaya adalah *becoming*. Salah satu identitas budaya adalah makanan. Menghidangkan makanan merupakan suatu simbol dari suatu persaudaraan, kekeluargaan, penerimaan dan kepercayaan. Biasanya bahan, warna, bentuk, jenis masakan, alat, ukuran dan lain-lain adalah khas (spesifik) untuk acara-acara tertentu. Selain sebagai pemuas rasa lapar dan makna simbolis suatu peristiwa dalam masyarakat, makanan dapat juga menunjukkan identitas suatu masyarakat, kelompok serta etnis tertentu. Makanan dapat memberikan identitas budaya suatu kelompok individu, perorangan dan masyarakat. (Suparwati, Ni Komang Trisna. 2013 : 33).

1.7.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto, hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara yang dibuat melalui penelitian bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dengan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara yang akan diuji kebenarannya melalui data yang dikumpulkan melalui penelitian.

Kedudukannya itu maka hipotesis dapat berubah menjadi kebenaran akan tetapi juga dapat timbul sebagai kebenarannya. (Lestari, Sri. 2015 : 9).

Sewan, Rawa Kucing, Tangerang merupakan kampung etnik Cina Benteng yang menjadi tempat proses akulturasi antara budaya etnik Cina, etnik Sunda, dan etnik Betawi. Etnik Cina di Tangerang sangat berperan dalam ragam kuliner kota. Salah satunya adalah Siomai Sandy yang berada di daerah Sewan, Rawa Kucing, Tangerang.

1.8 Ejaan Yang Digunakan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan ejaan resmi Hànyǔ *pīnyīn* (汉语拼音), disertai aksara Hà (汉字). Namun demikian, nama-nama dan istilah yang bukan bahasa Mandarin (*Hàn*), seperti bahasa Hokkian, Kanton, Hakka dan lain-lain, dibelakang istilah tersebut diberi padanannya dalam bahasa Mandarin (dengan ejaan *Pīnyīn*), serta diikuti aksara Cina (*Hànzi*), hanya untuk pemunculan istilah tersebut yang pertama kali saja. Pemunculan yang kedua dan seterusnya, tetap menggunakan istilah yang bukan dalam Bahasa Mandarin, tetapi sudah populer di masyarakat luas.