

## Akulturasi Budaya Jepang pada Nama dan Menu Restoran di Kota Bandung

Asep Achmad Muhlisian, Hamdani

STBA Yapari ABA Bandung  
asepachmad@stba.ac.id, hamdanisaikou8@gmail.com

### Abstract

*This study examines the acculturation of Japanese culture on the names and menus of restaurants in Bandung. The purpose of this study is to describe the acculturation of Japanese culture that appears in the names and menus of food and beverage restaurants in Bandung. It also examines the impact that arises from the acculturation of this culture. The method used in this research is descriptive method. The data collection techniques used by the writer were observation and interviews, where the writer made direct and systematic observations and faced the respondents directly, that involved three restaurants in Bandung. The results of this study show that there is acculturation of Japanese culture to Indonesian culture that appears in the naming of restaurants in Bandung, and from the menu it is found that not only Japanese culture but European and Asian nuances also provide acculturation to Indonesian culture in the restaurant.*

**Keywords:** Acculturation, Culture, Restaurant, Name and Menu

### Abstrak

*Penelitian ini mengkaji tentang akulturasi budaya Jepang pada nama dan menu restoran di kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan akulturasi budaya Jepang yang muncul pada nama dan menu makanan dan minuman restoran di kota Bandung, kemudian menelaah dampak yang muncul dari akulturasi budaya tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah observasi dan wawancara, dimana penulis mengadakan pengamatan secara langsung dan sistematis serta berhadapan langsung dengan para responden, dengan objek penelitian tiga restoran di Bandung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat akulturasi budaya Jepang terhadap budaya Indonesia terutama Sunda yang muncul pada penamaan restoran di kota Bandung, dan dari menu ditemukan tidak hanya budaya Jepang namun menu bernuansa Eropa dan Asia pun memberikan warna dan berakulturasi dengan budaya Indonesia di restoran.*

**Kata kunci:** Akulturasi, Budaya, Nama dan Menu, Restoran

## 1 PENDAHULUAN

Kota Bandung merupakan kota terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi. Sebagai ibu kota provinsi, kota Bandung menjadi salah satu tujuan wisata yang menarik banyak pengunjung baik oleh wisatawan lokal maupun

manca negara. Sektor kuliner menjadi salah satu industri yang memiliki peran dan posisi yang strategis bagi pembangunan kota Bandung. Potensi-potensi inilah yang membuat industri kuliner di kota Bandung berkembang pesat dibandingkan dengan kota-kota yang ada di Jawa Barat.

Banyaknya wisatawan lokal maupun mancanegara yang datang ke kota Bandung tiap harinya membuat bisnis di kota ini sangatlah menguntungkan dan sangat potensial. Hal ini berdampak pada makin banyaknya para pelaku usaha yang terus berinovasi dan membuat ide-ide baru yang bertujuan untuk menarik para konsumennya diantaranya restoran yang ada di kota Bandung. Restoran merupakan tempat yang berfungsi untuk menyegarkan kembali kondisi seseorang dengan menyediakan kemudahan makan dan minum, sehingga restoran merupakan tempat yang bisa memulihkan atau mengembalikan sumber tenaga setelah banyak melakukan aktivitas pekerjaan maupun melakukan aktivitas lainnya (Suyono, 2004).

Restoran di Bandung menjadi salah satu bagian dari bisnis kuliner kota Bandung yang cukup berkembang, salah satu pengaruhnya bisa terlihat dari jumlah restoran di Bandung kian hari kian bertambah. Dampak dari bertambahnya restoran di kota Bandung ini, secara tidak langsung menimbulkan persaingan antar pelaku bisnis yang sama, sehingga banyak pelaku bisnis yang

membuat inovasi dengan tujuan mengembangkan promosi restorannya agar mudah diingat dan memberikan nuansa yang elegan namun tetap sisi tradisional kota Bandungnya masih terlihat. Restoran lebih banyak menonjolkan menu makanan karena restoran bertujuan untuk menyajikan makanan dan minuman umumnya pada harga tinggi dengan tingkat pelayanan yang tinggi (Sari, 2006:68). Menurut Atmodjo (2005), restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, dan menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumen baik berupa makanan ataupun minuman, sedangkan menurut Soekresno (2000:7), restoran adalah suatu usaha yang menyediakan pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara profesional. Salah satu bentuk promosi restoran di kota Bandung adalah dengan memberi nama dan suasana restoran yang berakulturasi dengan budaya Jepang. Beberapa restoran yang sedang populer di kota Bandung dan menjadi objek penelitian ini yakni Restoran Udin Ramen, Restoran Hayuka dan Restoran Jigana Suki.

Dalam penelitian ini penulis melihat masuknya budaya Jepang terhadap restoran yang ada di Bandung, dan melihat adanya unsur perpaduan dua budaya yaitu budaya Indonesia dan budaya Jepang atau lebih dikenal dengan akulturasi budaya. Menurut Koentjaraningrat (dalam Situmorang, Amsani dan Damanik, 2017:381), akulturasi budaya merupakan suatu proses sosial yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur-unsur dari suatu kebudayaan asing dengan sedemikian rupa, sehingga unsur-unsur kebudayaan asing lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaan sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kebudayaan itu sendiri. Menurut Suryanto (dalam Gunardi, 2019:48) akulturasi budaya merupakan perpaduan antara dua budaya atau lebih akibat interaksi yang terjadi antara sekelompok masyarakat yang memiliki kebudayaan tertentu, dengan kelompok masyarakat lain yang memiliki kebudayaan berbeda. Dari sanalah terjadi perubahan pola kebudayaan yang original, tanpa menyebabkan hilangnya unsur

kebudayaan tersebut. Sebuah akulturasi yang baik dapat dihasilkan dengan adanya proses sosial. Proses sosial yang terjadi dalam kehidupan manusia yaitu ditandai oleh dinamika komunikasi. Suyono (dalam Dini, 2017:4), mengungkapkan bahwa akulturasi merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan dari budaya sosial karena pencampuran atau akulturasi merupakan pengambilan atau penerimaan satu atau beberapa unsur kebudayaan yang berasal dari pertemuan dua atau beberapa unsur kebudayaan yang saling berhubungan atau saling bertemu, sehingga perlu adanya saling pengertian antar kedua kebudayaan tersebut sehingga akan terjadi proses komunikasi antar budaya, dan hal ini dapat dilihat dari beberapa akulturasi budaya yang hingga saat ini masih hidup dan terus berkembang pada restoran di kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menelaah bentuk-bentuk yang menggambarkan akulturasi budaya Jepang terhadap penamaan dan menu restoran di Bandung dan menelaah dampak yang muncul dengan adanya akulturasi budaya

tersebut terhadap perkembangan restoran di Bandung.

## **2 METODE**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan salah satu jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Sugiyono (2008) mengemukakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Observasi menurut Nurkencana (dalam Artu 2016:110) adalah suatu cara untuk mengadakan penilaian dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dan sistematis. Data-data yang diperoleh dalam observasi itu dicatat dalam suatu catatan observasi. Kegiatan pencatatan dalam hal ini adalah merupakan bagian daripada kegiatan pengamatan. Observasi dilakukan terhadap tiga restoran yang ada di Bandung yakni Restoran Jigana Suki, Restoran Hayuka dan Restoran Udin Ramen. Wawancara

adalah suatu percakapan dengan tujuan-tujuan tertentu (Moleong & Edisi, 2004:35). Wawancara dilakukan setelah observasi terhadap pengelola restoran yang diteliti.

## **3 HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Penamaan Restoran**

Setelah melalui proses observasi ke beberapa restoran Jepang yang ada di kota Bandung khususnya restoran yang menjadi objek penelitian ada tiga yaitu Restoran Jigana Suki, Restoran Hayuka, dan Restoran Udin Ramen. Hasil observasi dan wawancara ke pengelola Restoran Jigana Suki menunjukkan nama Restoran Jigana Suki itu di ambil dari dua bahasa yaitu bahasa Sunda dan bahasa Jepang. Kata Jigana itu diambil dari bahasa Sunda yang berartikan “sepertinya”, sedangkan kata Suki diambil dari bahasa Jepang yang berartikan “suka”. Pengelola menuturkan bahwa pencampuran nama restoran tersebut dikarenakan ingin ada pencampuran budaya Sunda dan budaya Jepang. Selain itu, pengelola menyatakan bahwa pemilik restoran menginginkan setiap konsumen yang datang ke

restorannya merasa penasaran dengan perpaduan bahasa Sunda dan bahasa Jepang. Meskipun penamaan restoran dipadukan dengan bahasa Sunda, Restoran Jigana Suki tetap menyajikan menu khas Jepang sebagai komoditas utama seperti Sushi, Ramen, Sashimi, dan Gyuu Niku yang biasa disajikan untuk acara perayaan perusahaan.

Pemilik dari restoran Jigana Suki adalah asli orang kota Bandung. Sebelum membuka usaha di bidang restoran, pemilik pernah bekerja di Jepang. Melihat beberapa restoran khas Jepang yang terus meningkat dan mulai banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, maka sang pemilik merasa tertarik untuk membuka usaha di bidang restoran yang bernuansakan ala Jepang di kota Bandung.

Sepulang ke Indonesia, sang pemilik tidak langsung memulai usaha tersebut dikarenakan di kota Bandung sudah terdapat beberapa restoran Jepang seperti restoran Sushi Tei, restoran Yoshinoya, dan sebagainya. Karena Restoran Sushi Tei dan Restoran Yoshinoya bernuansakan asli Jepang, maka sang pemilik mempunyai gagasan dan

terobosan untuk tetap membuka usaha restoran dengan memberikan penamaan restoran yang berbeda. Dari terobosan itulah muncul nama Restoran Jigana Suki.



Gambar 1. Restoran Jigana Suki  
(Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Restoran yang kedua yakni Restoran Hayuka sampai saat ini telah beroperasi di tiga tempat yang berbeda yaitu di daerah Dipatiukur kota Bandung, di daerah Bojong Soang kabupaten Bandung, dan di daerah Jatinangor kabupaten Sumedang. Pengelola Restoran Hayuka mengungkapkan bahwa pemilik restoran masih warga kota Bandung. Sebelum punya usaha di bidang restoran, pemilik pernah mengenyam pendidikan di Jepang selama beberapa tahun. Karena pernah tinggal di Jepang selama beberapa tahun maka tertarik untuk membuka restoran Jepang di Indonesia. Sebelum berubah nama menjadi Restoran Hayuka, nama restoran ini adalah Restoran Sushiku.

Pada waktu masih bernama Restoran Sushiku pelanggan yang datang sangatlah sedikit dan setiap harinya tidak ada peningkatan. Dikarenakan restoran ini tidak ada peningkatan pelanggan maka nama restorannya diganti dengan Hayuka.

Menurut penuturan pengelola restoran penamaan Restoran Hayuka ini di ambil dari dua bahasa yaitu dari bahasa Sunda dan bahasa Indonesia. Kata Hayu diambil dari bahasa Sunda yang berarti “mari”, sedangkan kata Ka di ambil dari bahasa Indonesia yang berarti “kakak” Jadi kesimpulan Hayuka adalah untuk mengajak para kakak-kakak singgah dan mencoba menu khas Jepang yang sudah dipadukan dengan budaya Indonesia dan budaya Sunda. Restoran Hayuka sampai saat ini tetap menyajikan menu khas Jepang seperti Sushi, Ramen, Tako Yaki, Ocha, dan sebagainya sebagai menu utama meskipun sudah dipadukan dengan menu lain seperti *Rice Bowl* yang biasa dikonsumsi oleh orang Eropa.



Gambar 2. Restoran Hayuka  
(Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Restoran yang ketiga adalah Restoran Udin Ramen yang sempat menjadi pembicaraan orang banyak di kawasan kota Bandung karena unsur penamaan restorannya unik dan beda dari yang lain. Sampai sekarang Restoran Udin Ramen sudah memiliki banyak cabang di kawasan kota Bandung, sedangkan pusat Restoran Udin Ramen sendiri berada di kawasan MTC kota Bandung. Pemilik dari restoran Udin Ramen ini adalah Bapak Udin yang merupakan warga asli Bandung. Sebelum mempunyai usaha restoran ini Bapak Udin pernah bekerja di Jepang sebagai karyawan perusahaan. Karena pada awalnya menyukai Ramen, maka Bapak Udin mempunyai gagasan untuk membuat usaha Ramen di kota Bandung.

Melihat masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Bandung suka mengkonsumsi mie instan, maka semakin yakin untuk membuka usaha restoran Ramen ini. Pengelola Restoran Udin Ramen mengungkapkan bahwa penamaan restoran ini di ambil dari dua bahasa yaitu dari bahasa Indonesia dan dari bahasa Jepang. Kata Udin di ambil dari nama yang punya restoran ini yaitu bapak Udin, sedangkan kata Ramen diambil dari bahasa Jepang yang berarti “mie”. Pengambilan nama Udin Ramen adalah untuk memberikan kemudahan kepada konsumen yang menggemari Ramen Jepang, karena nama Restoran Udin Ramen akan mudah diingat. Menu utama yang ada di restoran ini adalah Ramen yang mempunyai kepedasan sampai level 15.



Gambar 3. Restoran Udin Ramen (Sumber. Dokumentasi Pribadi)

### b. Menu Restoran

Menu merupakan sebuah daftar makanan dan minuman yang telah

dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan. Setelah melakukan observasi secara langsung ke tiga restoran Jepang, yaitu Restoran Jigana Suki, Restoran Hayuka, Restoran Udin Ramen, ternyata akulturasi budaya yang sering dipadukan adalah pada menu.

Restoran Jigana Suki merupakan restoran yang menyajikan menu khas Jepang yang sangat lengkap mulai dari *Ramen, Sushi, Ocha, Sashimi*, dan yang lainnya. Menu yang menjadi unggulan pada Restoran Jigana Suki adalah *Gyuu Niku* (Daging Sapi) yang biasa dibakar di atas kompor kecil yang biasanya disebut *Yaki Niku* (Daging Panggang).



Gambar 4. Menu Restoran Jigana Suki (Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Pada menu Restoran Jigana Suki ternyata tidak hanya

menyediakan menu khas Jepang saja melainkan menyediakan menu yang lain. Akulturasi budaya yang muncul pada menu Restoran Jigana Suki berupa perpaduan antara menu makanan Jepang sebagai menu utama *Sukiyaki dan Yakiniiku*, namun ada pula nasi goreng, tahu cabe garam, dan mie goreng yang merupakan makanan khas Indonesia, ditambah dengan *side dish* berupa rujak buah dan es buah khas Sunda, dan *ocha* khas Jepang. Selain itu, Restoran Jigana Suki pun mengkolaborasikan menu makanan Negara lain seperti singkong khas Thailand, minuman *thai tea*, *waffle* dan *pancake*, *ice cream*, dan soda yang merupakan minuman dan makanan khas barat.

Restoran Hayuka merupakan salah satu restoran yang menawarkan makanan dan minuman khas Jepang seperti Sushi, Ramen, Takoyaki, dan Ocha. Menu yang menjadi unggulan di Restoran Hayuka adalah Sushi, namun sering kali ada konsumen yang bertanya menu lain yang menjadi keinginannya.



Gambar 5. Menu Restoran Hayuka (Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Restoran Hayuka mencoba menyediakan menu makanan lain, seperti *Dori Rice Bowl*, *Chicken Rice Bowl*, *Beef Rice Bowl*, yang merupakan makanan Asia dan dipadukan dengan *potato* atau kentang goreng yang merupakan makanan khas Eropa dan Amerika.



Gambar 6. Perpaduan menu Asia dan Eropa pada restoran Hayuka (Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Selain menu makanan Eropa yang dihadirkan pihak restoran Hayuka juga menghadirkan berbagai menu minuman lokal seperti, Mineral Gelas, Teh Manis, Teh botol, selain minuman khas Jepang (*Ocha*) yang disajikan di menu.



Gambar 7. Tambah menu minuman pada Restoran Hayuka  
(Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Dari rangkaian menu di atas bisa disimpulkan bahwa Restoran Hayuka tidak hanya menyediakan menu khas Jepang saja, melainkan sudah dipadukan dengan menu khas Indonesia dan menu khas Eropa. Jadi pada Restoran Hayuka terdapat tiga akulturasi budaya, yaitu menu khas Jepang, menu khas Asia, dan menu khas Eropa.

Restoran Udin Ramen adalah salah satu restoran yang hanya menyediakan ramen saja, namun seiring dengan persaingan usaha maka Restoran Udin Ramen pun berusaha memadukan makanan dan minuman khas Indonesia dengan masakan Jepang. Ramen merupakan masakan khas Jepang yang menjadi makanan andalan restoran ini. Namun menurut penjelasan pengelola restoran tersebut jika hanya

mengandalkan ramen saja maka restorannya tidak akan berkembang dan tidak akan bisa bersaing dengan restoran lainnya.



Gambar 8. Menu yang ada di Restoran Udin Ramen  
(Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Setelah melihat perkembangan kuliner di kota Bandung maka pihak Restoran Udin ramen membuat terobosan dengan menambahkan menu makanan seperti Baso Tahu, *Sosis Coctail*, *Risoles Mayo*, dan sebagainya. Pengelola menuturkan bahwa makanan Baso Tahu dan *Risoles Mayo* sedang banyak digemari masyarakat Bandung dan sekitarnya. Seperti yang kita ketahui bahwa makanan Baso Tahu adalah makanan khas Bandung khususnya. Selain itu pula yang biasa menjadi topping Ramen seperti Tenpura, Niku, dan sebagainya, pada Restoran Udin Ramen topingnya diganti dengan Kepiting *Stick*, Kepiting Kaki Naga, dan Sosis.



Gambar 9. Menu Bakso Tahu dan menu Risoles Mayo di Restoran Udin Ramen (Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Selain menambahkan menu pada makanan, Restoran Udin Ramen juga menambahkan menu pada minuman. Menu minuman yang biasa ada di restoran Jepang adalah Ocha (Teh Hijau), namun pengelola menyatakan bahwa pengunjung jarang memesan teh hijau karena rasanya yang hambar, sehingga restoran pun menambahkan menu minuman lain seperti, Mineral Gelas, Teh Manis, *Lemon Tea*, *Milo*, *Blackcurrant*, *Soup Ice*, dan macam-macam *Jus*. Dengan adanya penambahan pada menu minuman ini, para konsumen tidak merasa bingung untuk memilih minuman yang diinginkannya selain Ocha (Teh Hijau).

Pengelola Restoran Udin Ramen memasukan Ayam Geprek ke dalam menu baru karena ayam geprek sedang *booming* di Bandung. Selain Ayam Geprek yang masuk ke dalam menu baru, ternyata ada menu baru

lainnya seperti Ayam *Mozarella*, dan Nasi Pedas. Menurut pengelola restoran penambahan menu ini tidak terlepas dari perkembangan kuliner yang ada di kota Bandung dan sebagai upaya untuk memberi kepuasan kepada para konsumen. Pengelola juga menuturkan dengan adanya penambahan menu makanan dan minuman ini tidak akan menghilangkan menu yang sudah ada sebelumnya, tapi penambahan menu hanya bagian dari pelengkap menu yang sudah ada.



Gambar 10. Penambahan menu Ayam Geprek di Restoran Udin Ramen (Sumber. Dokumentasi Pribadi)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa menu yang ada di Restoran Udin Ramen bukan makanan atau minuman asli Jepang saja, tapi sudah dipadukan dengan makanan dan minuman Indonesia dan makanan Eropa. Jadi pada Restoran Udin Ramen terdapat unsur akulturasi budaya yaitu makanan atau minuman

Jepang dan makanan dan minuman Indonesia.

#### 4 KESIMPULAN

Akulturasi budaya Indonesia yang muncul pada restoran di kota Bandung meliputi penamaan restoran, dan menu restoran. Penamaan restoran perlu adanya akulturasi dikarenakan pemilik restoran ingin membuat terobosan baru dengan mencampurkan budaya lokal dengan budaya Jepang agar dapat menarik minat para pelanggan. Selain dalam penamaan, akulturasi juga sering muncul pada menu restoran. Akulturasi pada menu tidak hanya dari budaya Jepang dan Indonesia saja, namun muncul beberapa menu yang terpengaruh budaya Eropa juga dan paling banyak dikembangkan dengan tujuan untuk meningkatkan promosi dan agar terpenuhinya kepuasan pelanggan terutama untuk memberikan *image* ke pembeli sehingga menjadi bentuk iklan yang baik kepada masyarakat.

#### 5 REFERENSI

- Artu, N. 2016. *Upaya Meningkatkan Kemampuan Membaca Pemahaman Siswa Kelas IV SDN Pembina Liang Melalui Penerapan Strategi Survey Questions Reading Recite Review (SQ3R)*. *Jurnal Kreatif Online*, 2(2).
- Atmodjo, M.W. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi
- Dini, F. 2017. *Akulturasi Kebudayaan Jepang dan Kebudayaan China*. 日本文化と中国文化の文化変容. Universitas Darma Persada.
- Gunardi, G., & Nugrahanto, W. 2019. *Unsur Akulturasi Budaya pada Rumah Tjong A Fie di Kota Medan*. *PANTUN*, 2(1).
- Koentjaraningrat. 1996. *Kebudayaan Mentalis dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Moleong, L. J., & Edisi, P. 2004. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Sari, E. T. 2006. *Peranan Customer Value dalam Mempertahankan Keunggulan Bersaing Pada Restoran Cepat Saji*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 2(2).
- Situmorang, F. M., Amsani, H., & Damanik, I. H. 2017. *Social Harmony In The Inter-Ethnic Relations (A Study In Society Multiculturalism in Kisaran)*. Paper presented at the 2nd International Conference on Social and Political Development (ICOSOP 2017).
- Soekresno. 2000. *Management Food and Beverage, Service Hotel*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*: Alfabeta.
- Suyono, J. 2004. *Food Service Management*: Bandung: Enhai Press.