

BAB I

PENDAHULUAN

A. Dasar Pemikiran

Indonesia merupakan sebuah negara multikultural yang memiliki keragaman budaya. Hal tersebut disebabkan salah satunya adalah bentuk geografi negara yang terdiri dari ribuan pulau dan terletak di posisi silang (Babari, 1999). Budaya tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia. Segala tindakan yang dilakukan manusia merupakan sebuah kebudayaan. Budaya berasal dari adat serta kebiasaan yang sudah mengakar sejak dahulu kala. Salah satu budaya yang sudah sejak lama berkembang adalah budaya yang berasal dari etnis Tionghoa.

Bangsa Tionghoa merupakan salah satu bangsa yang memiliki peradaban dan kebudayaan yang tinggi di dunia (Hsu, 1990). Kebudayaan itu menyebar dan berkembang di Indonesia hingga saat ini seiring perkembangan arus migrasi yang dilakukan oleh para *Huachio* ke Nusantara. *Huachio* merupakan sebutan untuk para imigran dari Tiongkok yang berasal dari Bahasa Mandarin yang berarti warga Tiongkok di luar negara Tiongkok. Sampai hari ini belum dapat dipastikan siapa orang Tiongkok pertama yang menginjakkan kaki di Nusantara. Hingga abad ke-8 hubungan orang Tiongkok dengan daerah di Nusantara hanya berupa kunjungan pendeta Buddha (Poerwanto, 2014).

Jauh sebelum kedatangan Eropa, para *Huachio* telah lebih dahulu menetap. Para pedagang *Huachio* datang dan pergi ke Nusantara bahkan sebagian dari mereka ditemukan telah bermukim di berbagai daerah terutama

di pantai sebelah utara pulau Jawa (Onghokham, 2008a). Secara umum, tujuan imigran Tiongkok bermigrasi ke Nusantara adalah untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dari tanah asalnya. Tempat asal mereka dulunya merupakan daerah dengan kehidupan yang sulit, tanah yang kurang subur, penduduk padat, serta adanya pergolakan sosial yang terjadi (Yudohusodo, 1985).

Pemukiman yang dihuni oleh orang-orang Tionghoa dikenal dengan nama Pecinan atau *Chinatown* (Lubis, 2018). Pecinan terbesar yang ada di Jakarta berada di wilayah Glodok. Tempat yang dihuni oleh mayoritas etnis Tionghoa itu merupakan hasil kebijakan politik kolonial Belanda untuk memusatkan para etnis Tionghoa ke dalam satu wilayah. Sejak awal abad ke-20, kawasan Glodok telah menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi yang salah satunya ditunjukkan dengan adanya restoran-restoran dan kedai makanan maupun minuman (Widjaja, 2010). Hingga saat ini, Glodok tumbuh dan berkembang menjadi pusat perniagaan. Mulai dari toko elektronik, toko obat, bioskop, hingga kuliner seperti kedai makanan maupun minuman dapat dijumpai di wilayah ini (Gondomono, 1996).

Selain menjadi tempat perniagaan, Glodok juga merupakan sebuah ruang publik bagi orang Tionghoa maupun non-Tionghoa. Ruang publik merupakan tempat berkumpul untuk berinteraksi sosial dan melakukan aktivitas yang bersifat umum. Ruang publik sendiri tercipta dari interaksi-interaksi yang dilakukan oleh masyarakat. Salah satu ruang publik yang menjadi representasi kebudayaan etnis Tionghoa tepatnya di Gang Gloria, Glodok adalah kedai Kopi Es Tak Kie. Kedai kopi merupakan rumah makan atau rumah minum yang menjual minuman dengan menu utama kopi dan menu pelengkap lainnya. Dari

suatu pengamatan budaya, kedai kopi memberikan peran sebagai pusat interaksi sosial antara individu dengan individu yang lainnya. Kedai ini sudah didirikan sejak tahun 1927 oleh imigran asal Tiongkok dari Guangzhou bernama Liong Kwie Tjong. Awal didirikan, namanya hanya kedai Kopi Tak Kie, namun karena seiring perkembangan zaman, permintaan kopi menggunakan es gandrung di masyarakat. Akhirnya nama kedai diubah menjadi kedai Kopi Es Tak Kie. Meskipun terkenal akan kopinya, di dalam kedai ini juga menjual makanan khas Tionghoa mulai dari makanan ringan hingga makanan berat.

Hal yang menarik untuk diteliti dalam kajian ini adalah kedai Kopi Es Tak Kie mampu bertahan puluhan tahun lamanya di tengah gempuran tempat minum kopi yang lebih modern seperti *Starbucks*, dan lainnya. Namun, Kopi Es Tak Kie masih bertahan sebagai kedai yang menyediakan minuman kopi dan makanan. Dilihat dari segi sosialnya tentu menarik untuk mengetahui sejarah kedai Kopi Es Tak Kie dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Selain itu, meskipun kedai kopi ini tempat yang komersial, namun kedai ini merupakan representasi budaya Tionghoa yang ditunjukkan dengan dijualnya makanan khas Tionghoa yang memiliki makna tersendiri dalam budaya kuliner Tionghoa, penamaan kedai yang menggunakan aksara Han di samping huruf latin, kopitiam yang dikenal sebagai budaya orang Tionghoa perantauan yang disebabkan berakultasinya orang Tionghoa dengan orang-orang di tanah perantauannya, sehingga dikatakan kopitiam merupakan warisan budaya orang Tionghoa perantauan, dan juga penerapan nilai-nilai tradisional seperti *hopeng*, *hongshui*, dan *hokki* dalam aktivitas perdagangannya.

Dikarenakan telah berdiri sejak lama, kedai ini memiliki keistimewaan tersendiri bagi para pelanggannya, di mana kedai ini menyimpan kenangan-kenangan bagi para pelanggan terutama pelanggan yang berasal dari kalangan Tionghoa. Hal tersebut disebabkan tidak berubahnya interior maupun mebel yang digunakan oleh kedai Kopi Es Tak Kie sejak tahun 1930. Kenangan akan suatu ruang publik tidak terlepas dari adanya memori-memori pribadi dari warga ruang publik tersebut.

Penelitian mengenai keberadaan Kopi Es Tak Kie telah dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain, penelitian Roselina Priscilla Stephanie Widjaja yang berjudul "*Strategi Keberlangsungan Usaha Kedai Kopi Es Tak Kie di Gang Gloria Glodok Jakarta Barat*". Dalam penelitiannya, Roselina menyoroti bagaimana strategi produksi serta pemasaran Kopi Es Tak Kie yang telah dikelola oleh tiga generasi tersebut dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian yang didapat adalah, Kopi Es Tak Kie menggunakan strategi dalam produksi serta pemasaran.

Penelitian yang dilakukan mengenai etika bisnis Kopi Es Tak Kie oleh Nur Rahma Medina yang berjudul "*Etika Konfusianisme Pedagang Keturunan Cina: Studi Kasus Kedai Kopi Es Tak Kie 德記茶室 di Wilayah Glodok*". Dalam penelitiannya, Nur menyoroti bagaimana etika bisnis Konfusianisme pedagang Kopi Es Tak Kie menggunakan metode penelitian kualitatif.

Hasil dari penelitian yang didapat adalah Kopi Es Tak Kie menerapkan etika bisnis Konfusianisme yakni lima prinsip *ren* (perikemanusiaan dan cinta kasih), *li* (etika atau tata krama), *xin* (kejujuran dan kepercayaan), *yi* (keadilan), dan *zhi* (kebijaksanaan).

Artikel Nevelyn Anesty Herdian dan Diah Ayu Candraningrum yang berjudul “*Komunikasi Pemasaran Word of Mouth dan Electronic Word of Mouth dalam Mempertahankan Brand Existence (Studi Kasus pada Kopi Es Tak Kie*” juga merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian ini adalah dalam pemasarannya, Kopi Es Tak Kie menerapkan strategi tradisional dan modern. Komunikasi pemasaran *word of mouth* dan *electronic word of mouth* diterapkan dalam mempertahankan *brand existence* pada merek Kopi Es Tak Kie seiring perkembangan zaman.

Pentingnya penelitian ini ditulis selain menjelaskan perubahan yang dialami oleh kedai ini, juga mencoba menjelaskan identitas budaya Tionghoa yang terkandung dalam kedai Kopi Es Tak Kie yang menyesuaikan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat. Berdasarkan uraian di atas mengenai penelitian relevan, yang menjadikan penelitian ini berbeda dengan yang lain adalah metode penelitian yang digunakan menggunakan metode sejarah. Selain itu, penelitian terdahulu hanya fokus terhadap bagaimana strategi Kopi Es Tak Kie dalam produksi maupun pemasarannya. Sementara, bagaimana perjalanan kedai kopi dari generasi ke generasi dan identitas kebudayaannya belum pernah dikaji.

B. Pembatasan dan Rumusan Masalah

1. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dibagi menjadi batasan spasial dan batasan temporal. Pembatasan spasial yakni kawasan Gang Gloria yang terletak di Glodok. Glodok yang merupakan wilayah yang sejak masa

kolonial dikenal sebagai pemukiman orang Tionghoa. Sementara batasan temporal yang ditetapkan adalah tahun 1927 ketika usaha ini pertama kali dijalankan. Tahun 1998 menjadi batasan akhir penelitian dikarenakan pada saat itu terjadi kerusuhan di Glodok yakni peristiwa Mei 1998 yang mengakibatkan mundurnya popularitas kedai Kopi Es Tak Kie.

2. Rumusan Masalah

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai perubahan dan identitas budaya Tionghoa dalam kedai Kopi Es Tak Kie pada tahun 1927-1998. Dari uraian dasar pemikiran di atas, maka rumusan masalah yang ditentukan adalah:

1. Bagaimana sejarah perkembangan kedai Kopi Es Tak Kie selama kurun waktu 1927-1998?
2. Bagaimana makna dari identitas budaya Tionghoa dalam kedai Kopi Es Tak Kie 1927-1998?
3. Bagaimana kedai Kopi Es Tak Kie dapat mempertahankan usahanya sejak tahun 1927-1998?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perkembangan kedai Kopi Es Tak Kie, memahami identitas budaya Tionghoa, dan mengetahui bagaimana kedai Kopi Es Tak Kie dapat mempertahankan usahanya dalam kurun waktu tahun 1927-1998.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni kegunaan teoritis dan kegunaan praktis:

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian pembahasan mengenai kehidupan sosial-budaya etnis Tionghoa yang direpresentasikan dalam sebuah kedai kopi. Selain itu memberikan pemahaman bahwasannya Indonesia merupakan negara dengan kultur yang beragam, hendaknya sebagai generasi penerus bangsa diwajibkan untuk menjaga persatuan di atas keberagaman.

a. Kegunaan Praktis

Untuk Prodi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan penulisan sejarah di Program Studi Pendidikan Sejarah, Universitas Negeri Jakarta serta dapat dijadikan sebagai referensi mata kuliah sejarah kebudayaan.

D. Kerangka Analisis

1. Representasi Budaya

Representasi berasal dari bahasa Inggris *representation* yang berarti perwakilan. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, representasi memiliki arti perbuatan mewakili, keadaan diwakili, apa yang mewakili, atau perwakilan. Menurut Piliang, representasi berarti suatu tindakan menampilkan atau menghadirkan sesuatu yang biasanya berupa tanda atau simbol (Piliang, 2018). Simbol dapat berbentuk seperti objek, tulisan, makanan, bunyi, kejadian, dan lainnya yang dimaknai oleh manusia.

Sementara menurut Hall yang buku berjudul *Representation : Cultural Representation and Signifying Practices* ia menuliskan “*Representation means using language to say something meaningful about, or to represent to other people... Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for or represent things*” (Hall, 1997).

Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Artinya, hampir seluruh tindakan manusia merupakan sebuah kebudayaan (Koentjaraningrat, 2009). Secara sederhana, representasi budaya dapat disimpulkan yakni sebuah cara untuk memaknai sesuatu yang terdapat dalam sebuah simbol kebudayaan.

2. Teori Interpretatif Simbolik

Dalam kajian yang berfokus kepada orang Tionghoa, maka kebudayaan yang dimunculkan pun kebudayaan Tionghoa. Maka dari itu, penulis menggunakan pendekatan interpretatif simbolik yang dikemukakan oleh Clifford Geertz sebagai kerangka analisisnya. Penafsiran Geertz tentang budaya yakni pola makna yang diteruskan secara turun temurun yang terkandung dalam bentuk simbolik, yang dengannya manusia berkomunikasi, melestarikan, dan mengembangkan pengetahuan tentang kehidupan (Geertz, 1992). Teori interpretatif simbolik yang dikemukakan oleh Geertz bertujuan untuk mengkaji pentingnya makna kehidupan manusia yang terkandung dalam sebuah budaya yang berkembang di masyarakat (Laila, 2017).

Dalam kajian ini, teori interpretatif simbolik digunakan untuk menjelaskan makna simbolik budaya Tionghoa yang terkandung di dalam kedai Kopi Es Tak Kie yang berupa simbol-simbol yang telah diturunkan sejak generasi pertama hingga generasi ketiga. Simbol-simbol yang dapat ditemukan dalam kedai Kopi Es Tak Kie berupa tulisan huruf Mandarin yang terpampang di papan namanya, makanan-makanan khas Tionghoa yang dijual di dalam kedai, dan tercerminnya sebuah kepercayaan Konfusianisme dalam etika bisnis yang diterapkan serta pengamalan nilai tradisional Tionghoa seperti *hopeng*, *hongshui*, dan *hokki*.

Umumnya, kedai merupakan sebuah ruang publik tempat orang-orang untuk menyantap makanan di dalamnya. Selain untuk memenuhi kebutuhan pangan, kedai juga difungsikan sebagai tempat pertukaran informasi.

Dalam perkembangannya, kedai Kopi Es Tak Kie tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati minuman kopi, tetapi juga sebagai tempat menyantap makanan khas Tionghoa.

Di dalam BAB II penulis mencoba menjelaskan keberadaan kedai Kopi Es Tak Kie yang tidak dapat dilepaskan dari gelombang migrasi orang Tiongkok ke Nusantara dengan mengkaji perubahan-perubahan yang terjadi di kedai dalam kurun waktu 1927-1998, sejak pertama kali berdiri sebagai warung tenda, kemudian dilanjutkan oleh generasi kedua hingga ke generasi ketiga. Dalam kurun waktu yang panjang tentu telah terjadi berbagai perubahan yang dialami oleh kedai ini baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

Di BAB III penulis mencoba menjelaskan budaya Tionghoa yang ditunjukkan dalam kedai Kopi Es Tak Kie mulai dari segi asal-usul nama “Tak Kie”. Dalam kedai Kopi Es Tak Kie juga diperlihatkan bagaimana karakteristik

orang Tionghoa perantauan atau mereka yang telah lama menetap di wilayah Asia Tenggara dikenal akan cita rasa budaya minum kopi. Warung kopi milik orang Tionghoa di Asia Tenggara lebih dikenal dengan sebutan kopitiam. Kopitiam menjadi ruang publik tempat bertemunya berbagai macam etnis seperti Melayu, Tionghoa, India, dan Eropa. Hal ini dapat dilihat dari kedai Kopi Es Tak Kie yang semula menjual minuman teh, kemudian menyediakan minuman kopi. Selain itu, dalam bab ini akan membahas makna simbolis terhadap makanan-makanan khas Tionghoa yang dijual di dalam kedai ini.

Sementara di BAB IV, penulis mencoba menjelaskan bagaimana Kopi Es Tak Kie dapat mempertahankan usahanya, mengingat telah menjamurnya kedai kopi di Jakarta. Penelitian ini diakhiri di tahun 1998 karena terjadinya kerusuhan Mei 1998 yang menyebabkan Kopi Es Tak Kie mengalami kemunduran popularitas. Kiat-kiat dalam mempertahankan usaha yang sudah diwarisi turun temurun tersebut tidak hanya dari segi produksi dan pemasaran. Di dalam kedai ini juga tercermin sebuah kepercayaan pemiliknya yang diimplementasikan dalam bentuk etika bisnis sesuai dengan ajaran Konfusianisme. Selain itu, pemilik juga menerapkan nilai-nilai tradisional etnis Tionghoa.

E. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode historis dengan mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku dalam penelitian sejarah. Langkah pertama dalam penelitian historis adalah menentukan topik pembahasan. Langkah berikutnya peneliti mengumpulkan berbagai sumber yang terkait dengan topik (heuristik), memverifikasi sumber (kritik sumber),

menginterpretasi sumber yang sudah diverifikasi (interpretasi), lalu menyusun hasil interpretasi menjadi produk penelitian (historiografi) (Kuntowijoyo, 2018).

a. Pemilihan Topik

Ketertarikan penulis untuk meneliti sejarah kebudayaan orang Tionghoa dengan berangkat dari adanya fenomena di masyarakat yang cenderung memandang sebelah mata etnis ini. Padahal, apabila dilihat melalui kaca mata sejarah, etnis Tionghoa yang ada di Indonesia memiliki peran serta sumbangsih yang cukup besar di berbagai aspek, salah satunya dalam aspek kebudayaan. Berawal dari rasa prihatin itulah yang membuat penulis tertarik mengangkat tema penelitian mengenai kebudayaan orang Tionghoa, terkhusus dalam lingkup yang sederhana yakni di dalam kedai Kopi Es Tak Kie.

Selain telah lama didirikan, kedai ini memiliki suasana yang berbeda dengan kedai kopi yang lain, dan menjadi salah satu tempat berinteraksi orang-orang Tionghoa yang menarik perhatian peneliti. Sedangkan kedekatan intelektual berangkat dari skripsi sejarah kuliner yang dibaca oleh peneliti di antaranya adalah "*Menelusuri Perjalanan Kuliner Pedagang Kaki Lima Menjadi Bintang Lima : Soto Betawi H. Maruf (1943-1983)*" karya Siti Azizah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menjelaskan bagaimana perjalanan Soto Maruf dari pikulan hingga memiliki tempat usaha permanen, dan bagaimana pengaruh kebijakan-kebijakan gubernur DKI Jakarta terhadap perkembangan usaha soto.

Skripsi "*Sejarah Perkembangan Kuliner Tionghoa di Batavia 1915-1942*" karya Widya Putri, mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang

menceritakan perkembangan kuliner Tionghoa dari restoran Tionghoa yang diidentifikasi berdiri untuk pertama kali di Batavia, hingga pudarnya eksistensi masakan Tionghoa karena pengaruh Jepang. Dalam skripsinya, Widya menyinggung Kopi Es Tak Kie sebagai kedai minuman milik orang Tionghoa yang tertua di bilangan Glodok sebagai pecinan terbesar di Jakarta.

Tesis “*Memori Kolektif Kota Jakarta dalam Restoran Cina*” karya Evelyn Widjaja, mahasiswa Universitas Indonesia yang menceritakan bagaimana restoran Cina menjadi memori kolektif warga Tionghoa yang ada di Jakarta. Dalam penelitiannya, Evelyn berusaha mendokumentasikan memori kolektif dari restoran Cina yang berdiri dalam kurun waktu tahun 1930 hingga 1950-an dan menelaah representasi praktik kultural yang terjadi.

b. Heuristik

Heuristik adalah suatu proses mencari atau mengumpulkan sumber-sumber informasi masa lalu yang dapat dijadikan data sejarah untuk penelitian. Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, sumber-sumber yang digunakan dibagi menjadi sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah kesaksian dari orang pertama saat peristiwa tersebut berlangsung (Gottschalk, 1983). Adapun sumber primer yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

- Artefak berupa koleksi foto pribadi, papan nama yang dibuat tahun 1960-an, altar sebagai tempat pemujaan dewa yang dipercaya sebagai pendatang rezeki yang sudah ada sejak tahun 1930.

- Saksi sejarah yang didapat melalui hasil wawancara dengan Ayauw selaku pemilik kedai Kopi Es Tak Kie generasi ketiga sejak tahun 1976 dan Akwang selaku pengelola keuangan yang juga merupakan adik kandung Ayauw.

Sementara sumber sekunder adalah informasi mengenai peristiwa yang didapatkan bukan dari sumber pertama atau sezaman, namun seringkali digunakan untuk mendukung latar belakang yang ditemukan dalam sumber sezaman. Sumber sekunder yang digunakan adalah:

- Surat kabar *Bataviaasch Nieuwsblad*
- Buku yang digunakan antara lain, *Membanting Tulang Menyembah Arwah : Kehidupan Kekotaan Masyarakat Cina (1996)*, *Di Balik Sukses Bisnis Orang-Orang Cina (1986)*, *Peranakan Tionghoa Sebuah Perjalanan Budaya (2008)*, *Peranakan Tionghoa dalam Kuliner Nusantara (2013)*, *Chinese Beliefs : Mendalami Pola Berpikir Orang Cina (2010)*, *Negara dan Etnis Tionghoa (2002)*, *Peradaban Tionghoa : Selayang Pandang (2017)*, *Keadaan Jakarta Tempo Doeloe : Sebuah Kenangan 1882-1959 (2007)*, *Kaleidoskop Kebudayaan Tionghoa (2018)*, dan buku-buku lainnya yang bertema orang Tionghoa.
- Jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi

Semua sumber yang diperoleh yaitu sumber primer dan sumber sekunder, penulis mendapatkan dari:

- Kedai Kopi Es Tak Kie
- Arsip Nasional Republik Indonesia

- Perpustakaan Nasional Republik Indonesia
- Perpustakaan Pusat Universitas Indonesia
- Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta
- Perpustakaan Universitas Darma Persada
- Pusat Dokumentasi Arsitektur
- Koleksi Pribadi Penulis
- Media sosial resmi (milik Kopi Es Tak Kie)

c. Kritik Sumber

Setelah mendapat sumber-sumber penelitian baik primer maupun sekunder, langkah berikutnya adalah melakukan kritik sumber. Kritik sumber adalah melakukan verifikasi dengan menguji kebenaran sumber terkait yang terbagi menjadi dua langkah yakni kritik ekstern dan kritik intern. Kritik ekstern sumber lisan dilakukan dengan melakukan pertimbangan beberapa kriteria antara lain usia narasumber, kondisi fisik, pekerjaan, pendidikan dan bagaimana keterlibatannya dalam mengelola usaha kedai kopi mengingat narasumber merupakan generasi ketiga.

Sementara kritik intern lebih mengacu kepada kebenaran informasi dari sumber-sumber yang didapatkan. Kritik intern sumber lisan dilakukan perbandingan hasil wawancara dari narasumber yang satu dengan yang lainnya untuk menemukan pola dan informasi yang serupa. Contohnya seperti membandingkan wawancara Ayauw dengan generasi ketiga lainnya. Apabila banyak ditemukan kesamaan informasi, maka penulis menyimpulkan bahwa apa yang dikatakan narasumber adalah benar. Selain itu, penulis juga melakukan perbandingan dengan sumber tertulis

lainnya untuk memperkuat argumentasi tersebut. Sementara kritik intern yang dilakukan pada sumber tertulis dengan cara membaca satu persatu isi buku, jurnal, dan literatur lainnya apakah isi dari sumber sejarah berkaitan dengan topik penelitian dan memiliki kesamaan data satu dengan yang lainnya.

d. Interpretasi

Setelah mendapatkan data yang kredibel, langkah berikutnya adalah interpretasi. Interpretasi merupakan kegiatan penafsiran terhadap sumber. Interpretasi dilakukan dengan kaidah keilmuan agar menghindari subjektivitas peneliti dalam melakukan interpretasi. Penulis menguraikan serta menganalisis sumber primer dan sumber sekunder yang sudah didapatkan dengan menggunakan teori interpretatif simbolik. Penulis mengkonstruksi penelitian ini yaitu pemahaman identitas budaya Tionghoa dalam Kedai Kopi Es Tak Kie.

e. Historiografi

Setelah mencari dan mengumpulkan sumber, menguji keaslian dan kredibilitas sumber, serta melakukan interpretasi sumber, langkah berikutnya yang merupakan langkah terakhir dalam penelitian ini adalah melakukan historiografi. Historiografi adalah tahapan terakhir dalam penelitian sejarah. Historiografi merupakan tahap penulisan sejarah secara sistematis dan mudah dipahami berdasarkan berbagai informasi yang telah diuji kebenarannya setelah melewati tahapan pemilihan topik, heuristik, verifikasi, dan interpretasi. Penulis menggunakan pendekatan deskriptif-

analitik dengan teori interpretatif simbolik dalam menyampaikan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis

