

# Mesej Implisit Dalam Terjemahan Nama Perniagaan Cina

Goh Sang Seong (PhD)  
Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan  
Universiti Sains Malaysia  
[gohss@usm.my](mailto:gohss@usm.my)

## Abstrak

Makalah ini membincangkan mesej yang tersirat dalam terjemahan bahasa Melayu bagi nama perniagaan Cina. Sebanyak 793 nama perniagaan Cina daripada pelbagai jenis perniagaan di sekitar Utara Semenanjung Malaysia (Pulau Pinang, Utara Perak, Kedah) dikutip untuk dijadikan data kajian. Dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat maklumat sosiobudaya seperti kepercayaan, pantang-larang dan norma dalam masyarakat Cina yang dapat dikesan secara implisit dalam terjemahan bahasa Melayu bagi nama perniagaan Cina. Melalui mesej implisit ini, pembaca sasaran dapat memahami cara pengamatan masyarakat bahasa sumber terhadap dunia persekitaran mereka. Hal sedemikian penting dalam usaha memupuk persefahaman antara budaya dalam kalangan masyarakat pelbagai kaum.

## 1. Pendahuluan

Nama perniagaan dalam bahasa Cina di Malaysia diterjemahkan ke dalam bahasa Melayu bagi tujuan pendaftaran di Suruhanjaya Syarikat Malaysia. Kebanyakan nama perniagaan Cina diterjemahkan ke dalam bahasa Melayu dengan menggunakan kaedah transliterasi, iaitu menterjemah dengan meminjam dan mengubahsuaikan sebutan daripada bahasa Cina ke dalam bahasa Melayu. Justeru, makna tersirat yang terkandung dalam nama perniagaan Cina ini tidak kesampaian kepada pembaca sasaran.

Hakikatnya, nama perniagaan Cina merupakan kata nama khas yang berada di luar lingkungan bahasa. Makna sosiobudaya yang mendasari kata nama khas ini tidak dimasukkan sebagai lema dalam apa-apa jenis kamus. Oleh itu, masalah kebolehterjemahan timbul. Apabila padanan tidak dapat dicari dalam bahasa sasaran, jalan keluarnya adalah dengan menggunakan kaedah peminjaman.

Makalah ini melaporkan dapatan kajian tentang mesej implisit atau makna tersirat yang ada pada terjemahan nama perniagaan Cina di Malaysia. Sebanyak 793 nama perniagaan Cina daripada pelbagai sektor sempat dikutip di sekitar Utara Semenanjung Malaysia (Utara Perak, Pulau Pinang dan Kedah) untuk dijadikan data kajian.

Daripada analisis yang dijalankan, didapati sebanyak 7 mesej implisit yang dapat dikesan daripada terjemahan nama perniagaan Cina dalam bahasa Melayu. Mesej implisit ini termasuklah kepercayaan, nilai kemanusiaan, jasa keluarga, mutu barangan negara asing, asal usul keluarga, keagamaan dan tafsiran perlambangan masyarakat Cina di Malaysia.

## 2. Kepercayaan

Nama pemilik perniagaan banyak digunakan sebagai nama perniagaan dalam bahasa Cina. Nama-nama pemilik yang digunakan ini mendukung makna yang sesuai dan berkaitan dengan kemajuan perniagaan yang dijalankan. Data 1 merupakan terjemahan nama perniagaan Cina yang menggunakan nama pemilik.

### Data 1

A.S <u>Chin Hin</u> Sdn. Bhd. <u>Aik Lai</u> Membaiki Badan Kereta <u>Ben Huat</u> Motor (K) Sdn. Bhd. <u>Herk Li</u> Sdn Bhd <u>Hiap Soon Hong</u> Sdn Bhd
---

Nama-nama ini diterjemahkan dengan menggunakan kaedah transliterasi. Sekali imbas, kelihatan terjemahan nama perniagaan ini tidak membawa sebarang makna yang khusus. Akan tetapi, terjemahan nama-nama ini mencerminkan kepercayaan masyarakat Cina. Masyarakat Cina mempercayai bahawa nama perniagaan yang diberikan hendaklah nama yang akan mendatangkan keuntungan dan kemajuan. *Chin Hin* bermaksud bangkit dan maju, *Aik Lai* bermaksud keuntungan melimpah, *Ben Huat* bermaksud cerah dan untung besar, *Herk Li* bermaksud keuntungan, dan *Hiap Soon Hong* bermaksud selamat dan

berhasil. Ternyata nama yang tidak melambangkan kemajuan dan keuntungan tidak akan digunakan sebagai nama perniagaan. Terjemahan nama-nama perniagaan ini mengungkapkan kepercayaan pemilik perniagaan. Dengan nama-nama yang bertuah ini, diharapkan keuntungan dan kemajuan akan diperoleh.

### 3. Nilai Kemanusiaan

Dalam sesetengah nama perniagaan Cina terutamanya perniagaan yang berkaitan dengan perubatan tradisional Cina cenderung dikaitkan dengan kata-kata yang berunsurkan nilai kemanusiaan. Data 2 menunjukkan beberapa contoh terjemahan nama perniagaan Cina yang menggunakan kata-kata yang berunsurkan nilai kemanusiaan.

#### Data 2

<p><u>Ban Teik</u> Tong Kedai Ubat <u>Ren Chee</u> Tong Kedai Ubat <u>Teik Kuan</u> Kedai Ubat <u>On On</u> Tong( Cheong Kee) Kedai Ubat <u>Weng Oon</u></p>
--

Kesemua terjemahan nama perniagaan ini mengandungi kata-kata yang bermaksud budi luhur, menyelamatkan orang dan kesejahteraan abadi. Terbukti pemilik perniagaan ini berniat untuk menabur jasa dan bakti kepada nusa dan bangsa. Nilai kemanusiaan yang tinggi diberikan keutamaan. Penjagaan kesihatan dan keselamatan anggota masyarakat menjadi tanggungjawab kumpulan peniaga ini.

### 4. Menghargai Jasa Keluarga

Nama perniagaan Cina turut cenderung menggunakan nama keluarga yang diwarisi turun-temurun. Penggunaan nama keluarga sebagai nama perniagaan jelas kelihatan dalam Data 3.

### Data 3

Chai Perkhidmatan elektrik  
Doktor Gigi Lim  
Farmasi Sim  
Kedai Bateri NG  
Kedai Kopi Kang

Berdasarkan nama keluarga *Chai, Lim, Sim, Ng,* dan *Kang*, asal-usul pemilik perniagaan dapat dikesan. Sebagai tanda peringatan jasa nenek moyang, perniaga berkenaan menggunakan nama keluarga sebagai nama perniagaan yang dijalankan. Hal sedemikian menggambarkan bahawa masyarakat Cina amat menitikberatkan nilai penghargaan pada jasa nenek moyang. Perkara ini juga ternyata menunjukkan pengaruh fahaman Konfusianisme sudah sehati dengan kehidupan seharian masyarakat Cina di negara ini.

### 5. Mutu Barangan Negara Asing

Melalui terjemahan nama perniagaan Cina yang ditunjukkan dalam Data 4, kelihatan nama negara asing mendapat tempat dalam kalangan peniaga Cina. Perniagaan yang dijalankan dikaitkan dengan nama negara asing untuk menunjukkan mutu barangan atau perkhidmatan yang ditawarkan. Hal ini mencerminkan betapa yakinnya masyarakat Cina terhadap mutu barangan atau perkhidmatan yang dilabelkan dengan nama negara asing.

### Data 4

Jiu Jiu Szechuan Restoran  
Kedai Kek Washington  
Kedai Ubat Shang Hai  
Peking Makanan Laut Sdn. Bhd.  
Kedai Kopi Lucky London

## 6. Asal Usul Keluarga

Nama perniagaan Cina yang diterjemahkan ke dalam bahasa Melayu dengan menggunakan kaedah transliterasi cenderung meminjam sebutan daripada dialek-dialek dalam masyarakat Cina. Dalam Data 5, dialek Hokkien (*Bee Fong, Hock Seng*), Teochew (*Teoh*) dan Kantonis (*Beng Aun, Yan Shang*) telah dipinjam untuk dijadikan padanan dalam terjemahan nama perniagaan Cina. Dengan berpandukan terjemahan ini, asal usul pemilik perniagaan dapat dikesan. Dialek ini menunjukkan tempat asal keturunan pemilik perniagaan itu. Melalui terjemahan ini juga maklumat tentang identiti komuniti pemilik perniagaan dapat diperoleh. Jelas bahawa asal usul keturunan amat dipentingkan oleh masyarakat Cina.

### Data 5

Kedai Gambar <u>Bee Fong</u>
Kedai Kopi <u>Hock Seng</u>
Klinik Gigi <u>Teoh</u>
Kedai Kopi <u>Beng Aun</u>
Kedai Ubat <u>Yan Shang</u>

## 7. Keagamaan

Melalui terjemahan nama perniagaan Cina dalam bahasa Melayu, mesej yang berkaitan dengan keagamaan juga dapat dikesan. Dalam Data 6, *GSY*, singkatan bagi *Guan Shi Yin* merupakan nama mahadewi yang amat disanjung oleh penganut agama Buddha. *For You Yen* bermaksud hubungan yang erat dengan Buddha manakala *Chang Yen* membawa erti kekamilan. *Cheng Sim* pula mendukung maksud ketenangan jiwa. Kesemua makna yang berkaitan dengan agama Buddha ini mencerminkan ajaran Buddha dan unsur keagamaan Buddha sudah sehati dengan kehidupan seharian majoriti masyarakat Cina di Malaysia. Terjemahan ini juga turut menunjukkan bahawa kebanyakan restoran makanan sayur-sayuran atau vegetarian mempunyai perkaitan dengan ajaran Buddha yang menuntut penganutnya supaya mencari ketenangan dan keamanan jiwa.

### Data 6

GSY Restoran Makanan Sayur-sayuran  
Pusat Makan Sayur-sayuran For You Yen  
Kedai Makan Sayur-Sayuran Chang Yen  
Restoran Makan Sayur-sayuran Cheng Sim

### 8. Tafsiran Perlambangan

Daripada Data 7, kelihatan terjemahan nama perniagaan Cina ke dalam bahasa Melayu ada menggunakan lambang seperti naga (*Loong, Long, Leng*), pelangi dan kuda (*Beh*). Lambang-lambang yang dipakai dalam terjemahan nama perniagaan ini jelas menampakkan naga, pelangi dan kuda mendukung maksud tuah, maju dan untung. Hal ini demikian kerana ciri utama bagi nama perniagaan Cina ialah unsur tuah, maju dan untung perlu terkandung dalam sesuatu nama perniagaan.

### Data 7

Naga Emas Pakaian Pengantin & Foto  
Perniagaan Naga Saga  
Restoran Loong Xiang  
Kedai Makan Xiang Long  
Leng Beh Trading  
Ujung Pelangi Sdn. Bhd.  
Pusat Tuisyen Pelangi  
Salon Pelangi

## **9. Kesimpulan**

Melalui terjemahan nama perniagaan Cina dalam bahasa Melayu, sememangnya terkandung mesej tersirat. Mesej implisit ini banyak berhubung kait dengan amalan sosiobudaya pengguna bahasa Cina itu sendiri. Terjemahan nama perniagaan ini juga mencerminkan cara pengamatan orang Cina terhadap dunia persekitaran mereka. Kesempaan mesej implisit terjemahan nama perniagaan ini membolehkan pembaca sasaran lebih memahami amalan sosiobudaya orang Cina dan sekali gus mengukuhkan persefahaman antara kaum yang akhirnya menjadi landasan bagi pemupukan perpaduan nasional.

Ketidakbolehterjemahan berlaku dalam penterjemahan nama perniagaan Cina ke dalam bahasa Melayu sehingga penterjemah terpaksa meminjam kata-kata nama tersebut ke dalam bahasa sasaran. Justeru, pemahaman penterjemah tentang budaya bahasa sumber dan bahasa sasaran diperlukan untuk mengelakkan berlakunya salah terjemah.

Sesungguhnya kenampakan mesej implisit dalam terjemahan nama perniagaan Cina membuktikan bahawa nama perniagaan Cina merupakan kata nama khas yang mempunyai konotasi. Oleh itu, penterjemahan nama perniagaan ini perlu ditangani dengan teliti dan sungguh-sungguh agar salah faham tidak wujud. Ternyata satu panduan tentang kaedah penterjemahan nama perniagaan Cina perlu diterbitkan dan menjadi pedoman para penterjemah serta pihak berkuasa dalam usaha memurnikan penggunaan bahasa komersial di Malaysia.

## **Rujukan:**

Goh Sang Seong dan Mashudi Kader (2007). 'Daripada Bahasa Mandarin kepada Bahasa Melayu: Perspektif Kebolehterjemahan Aspek-Aspek Budaya' dalam *Isu-Isu Literasi Semasa Di Malaysia*. Ambigapathy Pandian dan Aniswal Abd Ghani (ed). Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia, hlm.145-169.

Goh Sang Seong (2008). 'Strategi Penterjemahan Aspek-Aspek Budaya Bahasa Mandarin-Bahasa Melayu' dalam *Membina Kepustakaan dalam Bahasa Melayu*. Abdullah Hassan et al. (ed) Kuala Lumpur: Institut Terjemahan Negara Malaysia Berhad, hlm 480-497.

Goh Sang Seong (2008). 'Strategi Penterjemahan Nama Perniagaan Bahasa Cina ke dalam Bahasa Melayu' dalam *Prosiding Seminar Antarabangsa Linguistik dan Pembudayaan Bahasa Melayu Kali Ke-4*. Universiti Putra Malaysia.

Goh Sang Seong (2008). 'Kehilangan Makna dalam Terjemahan Nama Perniagaan Cina' dalam *Prosiding Seminar Kebangsaan Bahasa Verbal dan Bukan Verbal 2*. Universiti Sains Malaysia.

Newmark, Peter (1981). *Approaches to Translation*. London: Ergamon Press Ltd..