

PENAMAAN TEMPAT USAHA DAN IMPLIKASI PADA EKSISTENSI UNIT USAHA DI KOTA PADANG: KAJIAN SEMANTIK

Melvia Septiani¹, Romi Isnanda²

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan
Ilmu Pendidikan

Universitas Bung Hatta

Email: melviaseptiani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemaknaan penamaan, sebab-sebab penamaan, dan mendeskripsikan implikasi penamaan pada unit usaha di Kota Padang, Sumatera Barat. Teori yang menjadi acuan yang dikemukakan oleh Chaer (2013) mengenai jenis-jenis makna dan sebab-sebab penamaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Data penelitian berupa kosa kata yang digunakan pada penamaan unit usaha di Kota Padang. Objek penelitian ini adalah penamaan yang digunakan pada tempat usaha kuliner di Kota Padang. Instrumen penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan menggunakan alat bantu perekam suara *smarthphone*, serta lembar pencatatan. Teknik analisis data yang dilakukan dengan cara: (1) menyeleksi data sesuai dengan fokus masalah, (2) mengelompokkan hasil penelitian penamaan tempat usaha berdasarkan pemaknaan dan sebab-sebab penamaan, (3) menyimpulkan hasil analisis data. Data dianalisis berdasarkan pemaknaan penamaan, sebab-sebab penamaan, dan implikasi penamaan pada unit usaha. Berdasarkan hasil temuan, terdapat sebanyak 50 data penamaan di Kota Padang, Sumatera Barat, yang terdiri dari empat jenis makna, yaitu (1) makna referensial 2 data, (2) makna denotatif 1 data, (3) makna konotatif 1 data, (4) makna kias 46 data. Beserta lima sebab-sebab penamaan (1) penyebutan sifat 2 data, (2) penemu dan pembuat 2 data, (3) tempat asal 1 data, (4) keserupaan 43 data, (5) penamaan baru 1 data, dan juga kuesioner yang terdiri dari 10 pernyataan, ditemukan 2 pernyataan yang dominan, yaitu pernyataan (1) 56 responden sangat setuju dan pernyataan (4) 60 responden setuju. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, dari penamaan yang unik berdasarkan makna dan sebab-sebab penamaan, penamaan yang unik dapat menunjang minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga berimplikasi pada keeksistensian suatu unit usaha kuliner di Kota Padang, Sumatera Barat.

Kata Kunci: *penamaan, pemaknaan, tempat usaha.*

PENDAHULUAN

Pada era saat ini kemajuan teknologi kegiatan pemasaran bukan hanya tentang persaingan antar produk, melainkan persaingan pada persepsi konsumen. Persepsi tersebut dapat dibangun melalui pemilihan bahasa yang digunakan dalam suatu penamaan produk. Menarik atau tidaknya bahasa yang digunakan dalam penamaan unit usaha yang berdampak pada berhasil atau tidaknya promosi suatu tempat usaha atau menu yang

ditawarkan.

Melalui bahasa atau pemilihan bahasa yang baik dalam penamaan tempat unit usaha dapat mempersuasi serta memunculkan kesan tertentu bagi para konsumen. Penamaan unit usaha masuk sebagai ciri khas suatu unit usaha, tidak ada suatu produk maupun jasa yang dijual tanpa merek atau *brand*. Penamaan pada unit usaha akan memberikan gambaran dan informasi tentang nilai suatu produk yang akan berpengaruh kepada keputusan konsumen

dalam membeli produk. Dengan itu para pemilik unit usaha berlomba-lomba menjadi yang paling unik dan berbeda, mereka berkompetisi melalui pemilihan bahasa dan konsep identitas yang unik dari unit usaha mereka. Pemberian nama yang unik dan kreatif akan menjadi ciri khas suatu usaha.

Selain memiliki fungsi sebagai alat komunikasi, bahasa memiliki fungsi yang lebih kompleks lagi sebagai bahasa pada ruang publik, yaitu bahasa sebagai simbol untuk penanda atau pemberi makna pada setiap objek yang ada di alam semesta mencegah adanya kerancuan. Pemberian sebuah nama terhadap sesuatu, seperti penamaan pada tempat, barang, dan lainnya. Tentu saja terkandung makna atau filosofi di dalamnya dan terjadi karena adanya kesepakatan penutur bahasa tersebut. Namun, terkadang tidak semua paham akan makna dari sebuah nama. Maka dari itu, perlu adanya kajian khusus untuk mengidentifikasi makna dari penamaan yang ada. Dalam tataran linguistik, kajian tentang makna ada pada ranah semantik. Salah satu kajian yang dibahas dalam ranah semantik adalah penamaan pada unit usaha.

Penamaan juga terjadi pada proses pemberian lambang sebagai jati diri suatu tempat, salah satunya pada penamaan tempat unit usaha. Penamaan yang digunakan pada tempat usaha bukan sekadar penggalan nama saja, tetapi memiliki bentuk, sebab, dan konsep yang melatarbelakanginya. Dengan kata lain, bahasa merupakan suatu bentuk yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Mengingat ketatnya persaingan dalam dunia usaha kuliner, penamaan tempat usaha bukanlah persoalan sederhana. Menarik atau tidaknya bahasa yang digunakan dalam penamaan berdampak pada berhasil atau tidaknya promosi sebuah tempat usaha atau menu yang ditawarkan. Bahasa juga berfungsi sebagai simbol untuk menyampaikan suatu makna atau pesan. Selain itu, karena alam semesta ini sangat luas dan berisi berbagai entitas, maka harus ada nama pada setiap entitas agar tidak terjadi kekaburan.

Peneliti menemukan tempat unit usaha kuliner yang memiliki penamaan yang unik di Kota Padang terutama di lokasi ramai penduduk seperti pusat kota, daerah yang banyak dilewati oleh mahasiswa dan beberapa tempat lainnya. Para pemilik tempat usaha berlomba-lomba menjadi yang paling unik dan berbeda, mereka berkompetisi melalui konsep

dan identitas unik dari unit usaha mereka. Pemberian nama yang unik dan kreatif akan menjadi ciri khas suatu usaha. Pemberian nama-nama tentu dilakukan oleh para pebisnis di Kota Padang khususnya pada bidang kuliner untuk kepentingan kapital demi menarik perhatian konsumennya.

METODE

Penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Strauss dan Corbin menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dimaksudkan untuk jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Syamsuddin, 2011:73). Data dalam penelitian ini berupa kosa kata yang digunakan pada penamaan unit usaha di Kota Padang, Sumatera Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam penamaan tempat usaha dan implikasinya terhadap eksistensi unit usaha di Kota Padang: Kajian Semantik. Ditemukan sebanyak 50 penamaan yang terdiri dari makna referensial, makna denotatif, makna konotatif, dan makna kias. Beserta sebab-sebab penamaan, yaitu sebab penyebutan sifat, penemu dan pembuat, tempat asal, keserupaan, dan penamaan baru, juga pada kuesioner yang dibagikan mengenai pengaruh penamaan, ditemukan 98 data respon konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, penamaan tempat usaha dan implikasinya terhadap eksistensi unit usaha di Kota Padang: Kajian Semantik. Berdasarkan jenis-jenis makna ditemukan, 46 data dengan makna kias, 1 data dengan makna konotatif, 1 data dengan makna denotatif, 2 data dengan makna referensial. Berdasarkan sebab-sebab penamaan dari 50 data ditemukan, 43 data dengan sebab keserupaan, 2 data dengan sebab penyebutan sifat, 1 data dengan sebab tempat asal, 1 data dengan penamaan baru, 2 data dengan Penemu dan Pembuat. Berdasarkan kuesioner yang dibagikan mengenai implikasi penamaan unit usaha di Kota Padang, Sumatera Barat. Dari 10 pernyataan yang terdapat pada kuesioner, ditemukan 2 pernyataan yang dominan, yaitu pernyataan (1) Penamaan produk disini menarik perhatian konsumen, 56 responden sangat setuju kode

(SS) dan pernyataan (4) saya tertarik untuk membeli produk kuliner ini karena dari penamaan produk, 60 responden setuju (S). Berdasarkan analisis angket kuesioner mengenai respon konsumen terhadap penamaan tempat usaha, bahwa penamaan-penamaan yang unik berimplikasi terhadap eksistensi unit usaha, dalam hal ini terkait dengan peminatan konsumen terhadap produk usaha yang ditawarkan. Berdasarkan hasil analisis penamaan tempat usaha di Kota Padang lebih banyak menggunakan makna kias serta sebab keserupaan sebagai interpretasi dari hal yang ingin di rujuk.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut: *pertama*, pada 50 data penamaan tempat usaha di Kota Padang ditemukan jenis-jenis makna sebanyak, 46 data dengan makna kias, 1 data dengan makna konotatif, 1 data dengan makna denotatif, 2 data dengan makna referensial.

Kedua, sebab-sebab penamaan yang ditemukan sebanyak, 43 data dengan sebab keserupaan 2 data dengan sebab penyebutan sifat, 1 data dengan sebab tempat asal, 1 data dengan penamaan baru 2 data dengan Penemu dan Pembuat.

Ketiga, dari kuesioner yang disebarakan mengenai pernyataan ketertarikan penamaan unit usaha, setelah dikelompokan ditemukan banyak konsumen yang tertarik dari segi penamaan yang unik dan informatif. Dari ke 10 pernyataan pada kuesioner yang dibagikan, terdapat 2 pernyataan yang dominan, yaitu pernyataan 1 Penamaan produk disini menarik perhatian konsumen, terdapat 56 responden sangat setuju (ss) dan pernyataan 4, yaitu saya tertarik untuk membeli produk kuliner ini karena dari penamaan produk, terdapat 60 responden setuju (s). Dari hasil analisis, bahwa penamaan yang unik pada suatu unit usaha dapat menunjang minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sehingga berimplikasi pada keeksistensian suatu unit usaha kuliner di Kota Padang, Sumatera Barat.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan tersebut, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut: (1) Bagi Mahasiswa khususnya Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, hasil penelitian ini untuk dijadikan bahan diskusi

pada mata kuliah semantik. (2) Bagi Guru khususnya mata pelajaran Bahasa Indonesia, hasil penelitian ini sebagai bahan alternatif materi pembelajaran Bahasa Indonesia untuk Siswa Menengah Kejuruan (SMK) jurusan Bisnis Pemasaran. Pemanfaatannya dapat dilakukan pada pembelajaran bahasa Indonesia di jenjang SMK yang menerapkan kurikulum Merdeka dengan Capaian Pembelajaran (CP) membaca untuk memahami makna kata, bentuk kata, ungkapan, dan kalimat dalam konteks bekerja. (3) Bagi Peneliti berikutnya, hasil penelitian ini menjadi bahan bacaan dan selanjutnya disarankan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan objek dan kajian yang berbeda. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengembangkan kajian teori yang belum dikaji dalam penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bapak Romi Isnanda, M.Pd. selaku pembimbing yang selalu memberikan arahan, masukan, saran, ilmu yang bermanfaat, dan meluangkan waktu untuk membantu penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. 2013. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Cetakan Kelima. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi, Sinthya. (2019). *Penamaan Kafe Di Jember (Kajian Semantik)* (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan).
- Mulyadi, Jenry. (2019). Penamaan Tempat Usaha dan Menu Kuliner Spesifik Mi Pada Fitur GOO-FOOD dalam Aplikasi GO-JEK Area Padang: Kajian Semantik. *Journal of RESIDU*, 3(18).