

PENAMAAN TEMPAT USAHA DI TANGERANG SELATAN: KAJIAN SEMANTIK

Sugiyo¹, Adinda Destiana Aisyah², Yasir Mubarok³

^{1,2,3} Universitas Pamulang, Tangerang, Indonesia

¹ dosen00695@unpam.ac.id ² adinda.destianaaisyah26@gmail.com, ³ dosen02264@unpam.ac.id

Received: May 23, 2023; Accepted: August 18, 2023

Abstract

The purpose of this research is to analyze the naming of business places in South Tangerang. The theory used in analyzing naming is Chaer's theory (2009). This study uses a qualitative research model. The data collection process carried out in this study used the documentation method, followed by the observing and noting method. The data in this study are presented in a descriptive form or informal method. Based on the results of this study it was found that from 35 data on the naming of business places in South Tangerang, there were grammatical, lexical, and connotative meanings. In addition, the naming process that occurs in 35 data on the naming of business premises in South Tangerang, produces 23 data based on inventors or makers, 2 data based on characteristics, 4 data based on new names, 2 data based on place of origin, 1 data based on material, 1 data based on owner and shortening, 1 data based on new naming and owner, 1 data based on uniqueness and new naming. So, it can be concluded that the naming of business places in South Tangerang is dominated by the process of the inventor or maker because most of the business places use the name of the owner or maker.

Keywords: Meaning, naming, place of business, Tangerang Selatan.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan. Teori yang digunakan dalam menganalisis penamaan adalah teori Chaer (2009). Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif. Proses pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan metode dokumentasi, dilanjutkan dengan metode simak dan catat. Adapun data pada penelitian ini disajikan dalam bentuk deskriptif atau metode informal. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa dari 35 data penamaan tempat usaha di lingkungan Tangerang Selatan, terdapat makna gramatikal, leksikal, dan konotasi. Selain itu, Proses penamaan yang terjadi pada 35 data penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan, menghasilkan 23 data berdasarkan penemu atau pembuat, 2 data berdasarkan sifat khas, 4 data berdasarkan penamaan baru, 2 data berdasarkan tempat asal, 1 data berdasarkan bahan, 1 data berdasarkan pemilik dan pemendekan, 1 data berdasarkan penamaan baru dan pemilik, 1 data berdasarkan sifat khas dan penamaan baru. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan didominasi dengan proses penemu atau pembuat karena sebagian besar tempat usaha menggunakan nama pemilik atau pembuatnya.

Kata Kunci: Makna, penamaan, tempat usaha, Tangerang Selatan

How to Cite: Sugiyo, Aisyah, A. D., & Mubarok, Y. (2023). Penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan: Kajian semantik. *Semantik*, 12 (2), 233-250.

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat yang fundamental dalam menunjang komunikasi efektif, karena mudah dipahami dan dapat berwujud tulisan maupun lisan. Bahasa juga memiliki sifat tertentu, seperti yang dikemukakan oleh Wibowo dalam (Misbahuddin, 2020) pada dasarnya, bahasa bersifat konvensional dan arbitrer (manasuka). Artinya, wujud dari bahasa tersebut merupakan hasil dari kesepakatan bersama. Hubungan sosial yang dibangun oleh manusia membutuhkan bahasa

sebagai alat memberikan informasi. Dalam hubungan komunikasi, bahasa selalu memiliki korelasi dengan makna. Tuturan yang disampaikan oleh penutur selalu mengandung makna tertentu, sehingga manusia perlu memiliki pemahaman atau pengetahuan ketika menyampaikan atau menerima tuturan.

Selain memiliki fungsi umum sebagai alat komunikasi, bahasa juga memiliki fungsi khusus yang sangat variatif. Menurut Suhardi (2013) 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. Dalam hal tersebut, bahasa juga berfungsi untuk memberikan nama bagi tempat, orang, barang, dan lain sebagainya agar mudah diidentifikasi. Pemberian sebuah nama terhadap sesuatu tentu saja selalu terkandung makna di dalamnya, dan terjadi berdasarkan konvensi masyarakat penutur bahasa tersebut. Akan tetapi, terkadang tidak semua orang akan mengerti arti makna dari sebuah nama. Maka dari itu, perlu dilakukan kajian khusus untuk menyingkap makna dari nama-nama yang ada. Dalam tataran linguistik, kajian tentang makna ada pada ranah semantik.

Teori atau sub ilmu bahasa yang mengkaji tentang makna disebut semantik. Gagasan tersebut didukung oleh pernyataan Chaer dalam (Anggraeni, 2012) mengatakan bahwa kajian yang memuat pembahasan terkait makna dan arti serta tergolong dalam tiga ilmu analisis bahasa di antara fonologi dan gramatika, yaitu semantik. Salah satu kajian yang dibahas dalam ranah semantik adalah penamaan. Oleh karena itu, objek formal dalam penelitian ini adalah penamaan.

Penamaan juga terjadi pada proses perlambangan suatu tempat. Misalnya masyarakat yang berkecimpung di dunia kewirausahaan sudah pasti membutuhkan bentuk penamaan untuk tempat usahanya. Penamaan yang digunakan pada tempat usaha bukan sekadar penggalan nama saja, tetapi memiliki bentuk, sebab, dan konsep yang melatarbelakanginya. Chaer dalam (Ambarwati, 2020) mengatakan bahwa penamaan merupakan proses yang melibatkan rujukan di luar bahasa dalam melambangkan suatu konsep tertentu. Hal ini merupakan permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini.

Penelitian penamaan sudah banyak dilakukan dan beragam misal penamaan kedai kopi (Astuty, 2021; Hidayat & Anam, 2020; Santosa, 2020; Suwansa et al., 2021; Wijaya & Savitri, 2021), bisnis kuliner (Khasanah et al., 2015; Simatupang & Setyawati, 2023; Utami et al., 2021) dan orang (Bandana, 2015; Temaja, 2017; Widodo, 2013; Widodo et al., 2010).

Adapun perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu (Astuty, 2021; Santosa, 2020; Suwansa et al., 2021), mereka berfokus pada kajian etnolinguistik. Selain itu, penelitian lainnya (Hidayat & Anam, 2020; Wijaya & Savitri, 2021) mengkaji penamaan pada ranah antropolinguistik dan lanskap linguistik. Kemudian Khasanah et al., (2015) dan Utami et al., (2021) berfokus penamaan bahasa asing pada bisnis kuliner dan Simatupang & Setyawati, (2023) dalam penelitiannya menggunakan teori Semantik Ogden-Richard. Dalam analisis pada penelitian ini, penulis tertarik meneliti penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan dari teori Chaer (2009). Chaer (2009) mengelompokkan unsur-unsur yang melatarbelakangi proses penamaan, yaitu berdasarkan (1) bentuk dari peniruan bunyi (onomatope), (2) bentuk dari penyebutan bagian, (3) bentuk dari penyebutan sifat khas, (4) bentuk dari penemu dan pembuatnya, (5) bentuk dari tempat asal, (6) bentuk dari bahan yang digunakan, (7) bentuk dari keserupaan, (8) bentuk dari pemendekan, (9) bentuk dari penamaan baru.

Universitas Pamulang merupakan perguruan tinggi yang terletak di Tangerang Selatan, dengan jumlah mahasiswa yang mencapai hingga 74.217 mahasiswa (Zamzam, 2020). Peluang bisnis yang terbuka luas karena kapasitas mahasiswa yang cukup banyak, membuat para wirausahawan membuka tempat usaha di Tangerang Selatan. Hingga saat ini, di sekitar perguruan tinggi tersebut terdapat berbagai jenis tempat usaha dengan nama yang berbeda-beda. Objek dalam penelitian ini adalah penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan di area Universitas Pamulang dengan total 35 nama tempat usaha.

Penamaan yang terdapat pada tempat usaha di sekitar Tangerang Selatan khususnya Universitas Pamulang memiliki makna tersendiri. Peneliti perlu melakukan penelitian pada bentuk-bentuk penamaan tempat usaha tersebut. Penelitian ini akan memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai bentuk-bentuk penamaan, dan sebab yang melatarbelakangi bentuk penamaan tersebut sebagai bahan pembelajaran. Oleh sebab itu, peneliti menentukan subjek dari penelitian ini adalah tempat usaha yang berada di sekitar Tangerang Selatan. Berdasarkan tinjauan penulis, penulis belum pernah menemukan penelitian dengan subjek dan objek yang sama.

Penelitian yang berkaitan dengan penamaan suatu tempat usaha sebelumnya pernah dilakukan oleh Ambarwati, (2020), pada penelitian yang berjudul “Analisis Penamaan Tempat Usaha di Universitas Muhammadiyah Malang (Kajian Semantik).” Penelitian tersebut ditujukan untuk menganalisis jenis-jenis, bentuk-bentuk, serta hal-hal yang melatarbelakangi penamaan tempat usaha di Universitas Muhammadiyah dengan mengacu pada pemberian nama oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian tersebut menggunakan model penelitian kualitatif dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dalam pengumpulan data. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan model interaktif.

Bentuk penelitian sejenis kedua dilakukan oleh Itaristanti, (2020), dengan judul penelitian “Pengutamaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik Pada Nama Tempat Usaha di Jalan Perjuangan Kota Cirebon”. Tujuan penelitian tersebut adalah mendeskripsikan penamaan pada tempat usaha yang terdapat di Jalan Perjuangan, Cirebon, Jawa Barat, serta hubungannya dalam upaya memprioritaskan bahasa Indonesia di ruang publik. Metode yang digunakan dalam meneliti data adalah, metode simak bebas libat cakap teknik catat, dan dokumentasi pada pengumpulan data. Pada penelitian tersebut, data dianalisis menggunakan metode padan dan distribusional. Serta data disajikan menggunakan metode deskriptif. Selanjutnya penelitian relevan ketiga yang dilakukan oleh Fatikhudin (2018), dengan judul penelitian “Penamaan Tempat Usaha Berbahasa Asing di Surabaya: Kajian Semantik Kognitif.” Tujuan penelitian tersebut untuk mendeskripsikan proses pembentukan nama, rancangan bentuk pencitraan, serta pemadanan nama tempat usaha berbahasa asing di Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan subjek tempat usaha yang memiliki penamaan berbahasa asing di Surabaya. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah, metode observasi, simak, dan catat. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode agih, dan teknik ganti lesap dan perluas.

Penelitian relevan keempat dilakukan oleh Istiqomah (2015), dengan judul penelitian “Kajian Semantik Penamaan Rumah Makan di Sepanjang Jalan Buntu-Kebumen dan Menu Spesial yang Disajikannya Tahun 2014”. Penelitian tersebut ditujukan untuk mendeskripsikan jenis-jenis penamaan, bentuk perubahan makna, serta latar belakang yang mempengaruhi perubahan makna. Penelitian tersebut menggunakan model penelitian deskriptif kualitatif, dengan data nama-nama rumah makan di sepanjang jalan Buntu-Kebumen beserta menu yang disajikan.

Metode penyediaan data yang digunakan meliputi metode cakap, serta hasil penelitian disajikan dengan metode penyajian informal.

Penelitian relevan kelima dilakukan oleh Erisa (2020), dengan judul penelitian “Kajian Semantik Penamaan dan Makna Nama Laundry di Sekitar Kampus Purwokerto.” Penelitian tersebut ditujukan untuk memaparkan jenis-jenis penamaan dan bentuk makna yang terdapat pada nama *laundry* di sekitar kampus Purwokerto. Penelitian tersebut menggunakan model pendekatan deskriptif kualitatif, dengan data berupa nama-nama *laundry* yang terdapat di sekitar kampus Purwokerto. Data yang dianalisis menggunakan metode pada referensial serta metode agih. Sedangkan, hasil analisis data disajikan menggunakan metode informal.

Penelitian sejenis keenam dilakukan oleh Saputra (2017), dengan judul penelitian “Sistem Penamaan Tempat Pemakaman Umum di Kabupaten Purbalingga (Kajian Semantik).” Penelitian ditujukan untuk mendeskripsikan jenis penamaan dan arti penamaan pada tempat pemakaman umum di Kabupaten Purbalingga. Penelitian tersebut menggunakan model penelitian deskriptif kualitatif, dengan data berupa nama tempat pemakaman umum di Kabupaten Purbalingga. Data dikumpulkan menggunakan metode cakap, sedangkan data dianalisis menggunakan metode padan referensial. Hasil analisis data disajikan dengan metode informal.

Penelitian relevan ketujuh dilakukan oleh Puti et al. (2022) dengan judul penelitian “Analisis Penamaan Jalan dan Nilai Historis Kebangsaan di Kota Madiun.” Tujuan penelitian tersebut untuk mendeskripsikan jenis penamaan dan makna pada jalan di Kota Madiun. Penelitian tersebut menggunakan model penelitian kualitatif dengan kajian semantik. Data yang terdapat pada penelitian tersebut berupa frasa dan kata nama-nama jalan di kota Madiun. Data dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi, sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan tiga tahap, yaitu menganalisis pola penamaan, menganalisis makna, serta menganalisis latar belakang nilai historis dan kebangsaan.

Penelitian sejenis kedelapan dilakukan oleh (Anantama & Setiawan, 2020), dengan judul penelitian “Menggali Makna Nama-Nama Makanan Sekitar Kampus di Purwokerto.” Penelitian tersebut ditujukan untuk menganalisis jenis makna, penamaan, serta komponen dalam makna pada nama-nama makanan di sekitar kampus di Purwokerto. Penelitian tersebut menggunakan model penelitian kualitatif dengan pendekatan semantik. Data pada penelitian tersebut berupa nama-nama makanan dengan total 19 data yang bersumber dari pembuat dan penjual makanan tersebut. Tahap penyediaan data dilakukan dengan teknik wawancara. Sedangkan data dianalisis dengan empat cara, yaitu 1) pengumpulan data, 2) reduksi data, 3) penyajian data, serta 4) penarikan kesimpulan.

Dari kedelapan penelitian di atas, ditemukan beberapa persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama meneliti terkait penamaan pada suatu tempat dengan menggunakan Kajian Semantik. Adapun perbedaan yang terdapat pada ketiga penelitian tersebut dengan penelitian ini, yaitu pada objek yang dipilih untuk menjadi pembahasan pada penelitian. Analisis penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan, sebelumnya belum pernah dilakukan oleh siapapun. Sehingga, dengan merujuk pada latar belakang masalah berupa bentuk dan sebab penamaan, peneliti memilih lokasi tersebut.

Berdasarkan rumusan masalah yang melatarbelakangi penelitian ini, tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan jenis makna dan proses yang

melatarbelakangi penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan, Tangerang Selatan. Penelitian ini akan memberikan manfaat teoretis dan manfaat praktis. Manfaat teoretis pada penelitian ini, yaitu memberikan penjelasan mengenai sebab-sebab yang melatarbelakangi bentuk penamaan pada tempat usaha yang tidak diketahui masyarakat. Sedangkan manfaat praktis yang terdapat pada penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran, inspirasi, ide, atau acuan untuk penamaan-penamaan tempat usaha lainnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif. Metode ini digunakan dalam penelitian bahasa karena peneliti akan langsung melihat fenomena yang terjadi pada subjek. Data yang dihasilkan penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif, yaitu berupa kata, bukan angka. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Nugrahani, 2014) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan data yang disajikan dalam bentuk deskriptif yang berwujud ucapan, tulisan, dan perilaku dari proses mengamati subjek.

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, dilanjutkan dengan metode simak dan catat. Metode dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto nama-nama tempat usaha di Tangerang Selatan. Keabsahan data segera dikumpulkan dari dokumen berupa foto yang relevan dengan lokasi usaha di area Universitas Pamulang. Jumlah data yang diperoleh adalah 35 nama tempat usaha. Menurut Azwardi (2018) metode simak adalah menyimak penggunaan bahasa dalam bentuk tulisan maupun lisan. Teknik catat merupakan teknik mencatat hasil penemuan untuk setelahnya dilakukan analisis data atau pengelompokan data sesuai dengan kategori bentuk-bentuk penamaan.

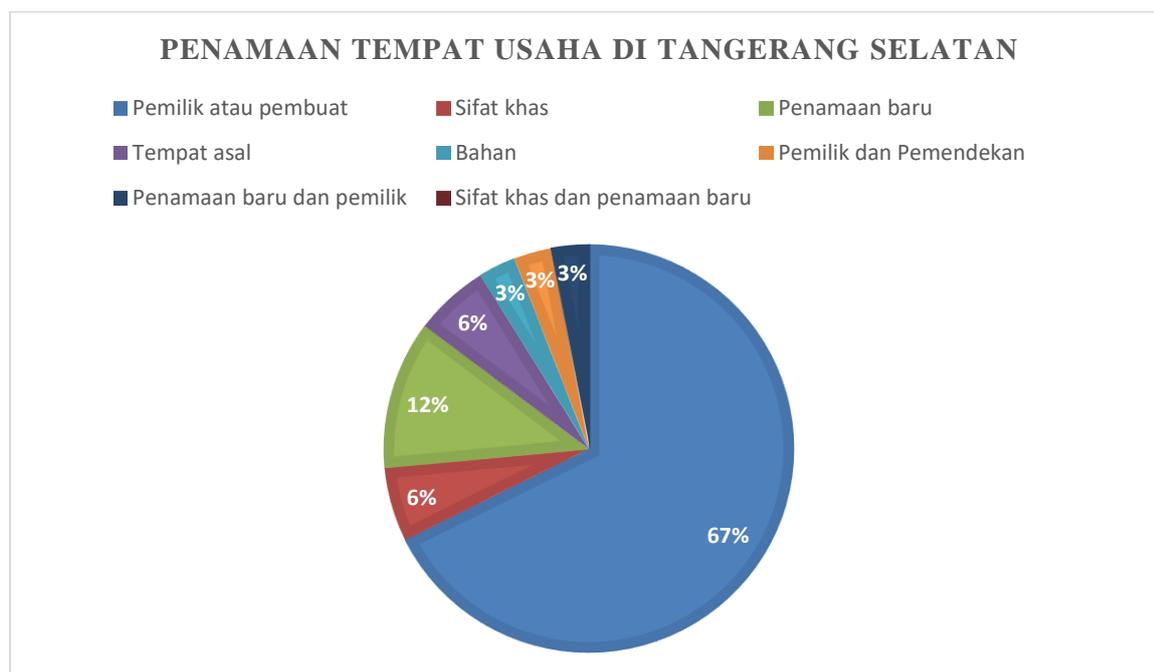
Pada penelitian ini analisis data dilakukan menggunakan metode dalam teori Miles dan Huberman. Menurut teori Miles dan Huberman dalam (Fadli, 2021) analisis data terdapat empat tahapan, yaitu tahap pengumpulan data, tahap reduksi data, tahap pengolahan data dan tahap simpulan. Tahapan pada penelitian ini, dapat dijabarkan sebagai berikut. Pertama, tahap pengumpulan data dengan melakukan dokumentasi atau pengambilan foto-foto nama tempat usaha. Kedua, menyimak serta mencatat data yang diperoleh. Ketiga, mengolah data dengan melakukan pengelompokan berdasarkan teori penamaan yang digunakan. Keempat, menarik simpulan dari hasil menganalisis data. Data pada penelitian ini disajikan dengan metode informal atau deskriptif. Metode penyajian deskriptif dengan cara menyajikan hasil penelitian dengan kata-kata dan kalimat yang mudah dipahami. Menurut Zaim (2019) data-data yang disajikan menggunakan metode penyajian informal di dalamnya memuat kata-kata biasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis data tempat usaha di Tangerang Selatan menghasilkan jenis makna gramatikal yang terjadi dari proses pemajemukan hingga membentuk frasa baru, makna leksikal yang mengacu pada makna sebenarnya. Serta proses penamaan yang terjadi pada setiap tempat usaha. Penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan, menghasilkan 23 data berdasarkan pemilik atau pembuat, 2 data berdasarkan sifat khas, 4 data berdasarkan penamaan baru, 2 data berdasarkan tempat asal, 1 data berdasarkan bahan, 1 data berdasarkan pemilik dan pemendekan, 1 data berdasarkan penamaan baru dan pemilik, 1 data berdasarkan sifat khas dan penamaan baru.

Gambar 1. Penamaan Tempat Usaha di Tangerang Selatan



Berikut ini adalah analisis dari penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan.

1. *Kedai babeh udin*

Jenis makna yang terkandung pada data 1 adalah makna gramatikal karena nama tersebut berupa frasa yang terbentuk dari proses pemajemukan, makna referensial karena memiliki acuan yang jelas, dan makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai yang ada di dalam kamus.

Frasa “Kedai Babeh Udin” terdiri dari tiga kata yaitu ‘kedai’, ‘babeh’, ‘Udin’ Masing-masing makna dari kata tersebut adalah seperti berikut: (1) *kedai*, adalah bangunan tempat berjualan makanan, (2) *Babeh*, adalah ‘bapak’ dalam bahasa Betawi. (3) *Udin* merupakan nama orang atau pemilik. Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa, “Kedai Babeh Udin” dapat diartikan sebagai tempat usaha kuliner yang dimiliki atau dibuat oleh seseorang bernama Udin. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa proses penamaan dalam data 01 berdasarkan penemu atau pembuat.

2. *Waroeng Ka “Any”*

Jenis makna yang terkandung pada data 2 adalah makna gramatikal karena nama tersebut berupa frasa yang terbentuk dari proses pemajemukan, makna referensial karena memiliki acuan yang jelas, dan makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan yang ada di dalam kamus.

Frasa “Waroeng Ka Any” terdiri dari tiga kata yaitu ‘waroeng’, ‘ka’, ‘Any’ masing-masing makna dari kata tersebut adalah sebagai berikut: (1) *waroeng* merupakan bentuk kesalahan berbahasa dari warung yang maknanya tempat menjual makanan, minuman. (2) *ka* merupakan bentuk pemendekan dari kakak yang merupakan sapaan kepada seseorang yang lebih tua atau berarti saudara tua. (3) *Any* adalah nama orang atau pemilik. Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa, “Waroeng Kak Any” dapat diartikan sebagai tempat usaha kuliner yang dimiliki

atau dibuat oleh seseorang bernama Any. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa proses penamaan dalam data 02 berdasarkan penemu atau pembuat

3. *Dapur “SMS” Crew*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan kata hingga membentuk suatu frasa baru yaitu ‘Dapur SMS Crew’. Frasa tersebut berisikan tiga kosakata yaitu kata ‘dapur’, ‘SMS’, dan ‘crew’. Jika ditelisik secara leksikal berdasarkan KBBI V, kata ‘dapur’ bermakna sebagai suatu ruangan tempat memasak atau tungku perapian. Kata ‘crew’ berasal dari bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia adalah kata ‘kru’ yang berarti kerabat atau rekan kerja. Sedangkan, untuk kata ‘SMS’ sendiri merupakan akronim dari ‘Si Mbah Series’. Makna dari kata tersebut adalah dapur atau ruangan tempat memasak yang dikelola oleh kerabat Si Mbah tersebut. Kekekerabatan tersebut diberi nama Si Mbah Series dan diakronimkan menjadi SMS.

Dari tinjauan makna gramatikal dan leksikal di atas, maka dapat disimpulkan bahwa proses penamaan dalam data 03 dua tahap. Di antaranya berdasarkan pemilik atau pembuat yaitu Si Mbah, kemudian mengalami proses pemendekan dari nama kekerabatan pemilik atau pembuat. Proses penamaan data 03 berdasarkan penemu atau pembuat dan pemendekan.

4. *Ayam Bakar Kedai Irul*

Jenis makna yang terkandung pada data 4 adalah makna gramatikal karena nama tersebut berupa frasa yang terbentuk dari proses pemajemukan, makna referensial karena memiliki acuan yang jelas, dan makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan yang ada di dalam kamus.

Frasa “Ayam Bakar Kedai Irul” terdiri atas empat kata yaitu ‘*ayam*’, ‘*bakar*’, ‘*kedai*’, ‘*Irul*’, masing-masing makna dari kata tersebut adalah sebagai berikut: (1) *ayam* merupakan unggas berjengger. (2) *bakar* merupakan istilah dari proses pemanggangan atau panggang. (3) *kedai* merupakan bangunan untuk menjual makanan. (4) *Irul* merupakan nama orang atau pemilik. Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa, “Ayam Bakar Kedai Irul” dapat diartikan sebagai tempat yang menjual ayam bakar milik seseorang bernama Irul. Oleh karena itu, dapat disimpulkan proses penamaan pada data 04 berdasarkan penemu atau pembuat.

5. *Kantin Mimi*

Jenis makna yang terkandung pada data 5 merupakan makna gramatikal karena penamaan tersebut berupa frasa yang terbentuk dari proses pemajemukan, selain itu terdapat makna referensial karena memiliki acuan atau referensi yang jelas, dan makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai yang terdapat pada kamus.

Frasa “Kantin Mimi” terdiri atas dua kata yaitu ‘*kedai*’ dan ‘*mimi*’ masing-masing makna dari kata tersebut adalah; (1) *kantin*, merupakan ruang tempat untuk menjual makanan dan minuman. Biasanya penamaan ini terdapat pada sekolah, kantor, asrama, dan lain-lain. (2) *Mimi*, merupakan nama orang atau pemilik.

Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa, “Kantin Mimi” dapat diartikan sebagai tempat menjual makanan dan minuman yang dimiliki oleh seseorang bernama Mimi. Oleh karena itu, dapat diketahui pula bahwa proses penamaan dalam data 05 berdasarkan penemu atau pembuat.

6. *Tanoshi*

Jenis makna yang terkandung pada data 6 adalah makna leksikal karena nama tersebut berupa kata yang tidak mengalami proses pemajemukan. Nama tersebut memiliki makna referensial karena memiliki acuan atau referensi yang jelas. Kata *Tanoshi* merupakan bahasa Jepang yang memiliki arti senang, nikmat, menyenangkan, menggembirakan, memuaskan. Selain itu di Jepang, nama *Tanoshi* sering digunakan sebagai nama tempat usaha makanan khas Jepang seperti *sushi*.

Jadi, penamaan *Tanoshi* dapat diartikan sebagai istilah dalam memberikan kesenangan, kenikmatan, dan kegembiraan. Sehingga ketika istilah tersebut digunakan untuk penamaan tempat usaha makanan maka ciri khas tempat usaha tersebut dengan memberikan kesenangan, kenikmatan, dan kegembiraan dengan makanan yang dijualnya. Oleh karena itu, dapat diketahui pula bahwa proses penamaan pada data 06 berdasarkan sifat khas.

7. *Kantin Ny. Menier*

Jenis makna yang terkandung pada data 7 adalah makna gramatikal karena berbentuk frasa yang mengalami proses pemajemukan. Selain itu, terdapat makna referensial karena mengacu pada referensi yang jelas. Kemudian, makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan tataran di kamus. Frasa “*Kantin Ny. Menier*” terdiri dari 3 kata yaitu ‘*kantin*’, ‘*Ny*’, ‘*Menier*’, masing-masing makna dari kata tersebut adalah: (1) *kantin*, merupakan ruang tempat untuk menjual makanan dan minuman. Biasanya penamaan ini terdapat pada sekolah, kantor, asrama, dan lain-lain. (2) *Ny* berasal dari kata *Nyonya* yang bermakna kata sapaan kepada perempuan yang sudah menikah. (3) *Menier*, merupakan nama orang atau pemilik.

Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa, “*Kantin Ny. Menier*” dapat diartikan sebagai tempat usaha menjual makanan dan minuman milik seseorang bernama *Nyonya Menier*. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa proses penamaan pada data 07 berdasarkan penemu atau pembuat.

8. *Kantin Babeh*

Jenis makna yang terkandung pada data 8 adalah makna gramatikal karena berbentuk frasa yang mengalami proses pemajemukan. Selain itu, terdapat makna referensial karena mengacu pada referensi yang jelas. Terdapat pula makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan tataran di kamus. Frasa “*Kantin Babeh*” terdiri dari 2 kata yaitu ‘*kantin*’ dan ‘*Babeh*’ masing-masing makna dari kata tersebut adalah: (1) *kantin*, merupakan ruang tempat untuk menjual makanan dan minuman. Biasanya penamaan ini terdapat pada sekolah, kantor, asrama, dan lain-lain. (2) *Babeh*, merupakan sebutan untuk Bapak dalam bahasa betawi.

Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa, “*Kantin Babeh*” dapat diartikan sebagai ruang tempat untuk menjual makanan dan minuman milik seseorang dengan sebutan *Babeh*. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa proses penamaan pada data tersebut berdasarkan penemu atau pembuat.

9. *Kedai Bu Zay*

Jenis makna yang terkandung pada data 9 adalah makna gramatikal karena berbentuk frasa yang mengalami proses pemajemukan. Selain itu, terdapat makna referensial karena mengacu pada referensi yang jelas. Terdapat pula makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan tataran di kamus. Frasa “*Kedai Bu Zay*” terdiri dari 3 kata yaitu ‘*kedai*’, ‘*bu*’, ‘*Zay*’, masing-masing makna dari kata tersebut adalah: (1) *kedai*, merupakan bangunan untuk berjualan. (2)

bu, dari kata Ibu yang bermakna kata sapaan untuk wanita yang sudah bersuami. (3) Zay, meruakan nama orang atau pemilik.

Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa, “Kedai Bu Zay” dapat diartikan sebagai bangunan untuk berjualan milik seseorang bernama bu Zay. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa proses penamaan pada data 9 berdasarkan pemilik atau pembuat.

10. *Beja De Café*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan kata hingga membentuk suatu frasa baru yaitu ‘Beja de Café’. Frasa tersebut terbentuk dari tiga kata, yaitu ‘Beja’ ‘de’ dan ‘café’. Secara leksikal, makna kata ‘Beja’ adalah nama orang pemilik usaha tersebut. Kata ‘de’ merupakan kata predikat dalam bahasa Prancis, dan kata ‘café’ jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia adalah kedai atau tempat berjualan kuliner. Secara utuh, makna dari tempat usaha tersebut dapat diartikan sebagai café milik Beja.

Proses penamaan yang terjadi pada nama tempat usaha tersebut adalah berdasarkan nama pemilik atau penemu, yang di sini nama pemiliknya adalah Beja. Berdasarkan hasil wawancara terhadap Beja, ia menggunakan nama tersebut hanya sebagai identitas saja.

11. *Faddel Food*

Makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan kata hingga membentuk suatu frasa baru yaitu ‘Faddel Food’. Frasa tersebut berisikan dua kosa kata yaitu kata ‘Faddel’ dan kata ‘food’. Secara makna leksikal, kata ‘Faddel’ merupakan nama dari pemilik usaha, sedangkan kata ‘food’ merupakan istilah bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia adalah ‘makanan’ atau memiliki makna leksikal sebagai segala sesuatu yang dapat dimakan.

Berdasarkan tinjauan makna leksikal, dapat disimpulkan bahwa makna gramatikal dari nama usaha ‘Faddel Food’ berarti tempat berjualan makanan yang dimiliki oleh Faddel. Proses penamaan yang terjadi dalam nama usaha tersebut adalah berdasarkan penemu atau pembuat.

12. *Markas Pancong Uj*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan kata hingga membentuk suatu frasa baru yaitu ‘Markas Pancong UJ’. Frasa tersebut terdiri dari tiga kata pembentuk yaitu kata ‘markas’, ‘pancong’ dan ‘UJ’. Secara leksikal, makna dari kata ‘markas’ adalah suatu tempat yang didiami oleh komunitas tertentu. Makna dari kata ‘pancong’ adalah makanan atau kue yang dibuat dari bahan dasar tepung terigu, gula, dan telur. Sedangkan, kata ‘UJ’ merupakan akronim dari kata ‘Ujang’ yang merupakan pemilik dari usaha tersebut.

Berdasarkan tinjauan terhadap makna leksikal, dapat disimpulkan bahwa makna gramatikal dari nama usaha *Markas Pancong UJ* adalah tempat berjualan kue pancong yang dimiliki oleh seseorang yang bernama Ujang. Proses yang ada pada penamaan tempat usaha tersebut adalah berdasarkan penamaan baru, pemendekan, dan nama penemu atau pembuat.

13. *Warung Kita*

Jenis makna yang terkandung pada data 13 adalah makna gramatikal karena berbentuk frasa yang mengalami proses pemajemukan, makna referensial karena acuan yang jelas, dan makna

denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan tataran pada kamus. Frasa “Warung kita” terdiri dari 2 kata yaitu ‘warung’ dan ‘kita’ masing-masing makna dari kata tersebut; (1) *warung*, tempat untuk menjual makanan, minuman, bahan pokok. (2) *kita*, merupakan bentuk pronomina yang berkaitan dengan suatu kebersamaan.

Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa, *Warung Kita* dapat diartikan sebagai tempat menjual makanan, minuman, dan bahan pokok dalam konteks kebersamaan atau siapapun dapat datang dengan bebas. Berdasarkan makna dalam bentuk frasa, proses penamaan pada data 17 dikategorikan berdasarkan jenis penamaan baru.

14. *Kedai Wareg Nagih*

Jenis makna yang terkandung pada data data 14 adalah makna gramatikal karena berbentuk gabungan kata menjadi sebuah frasa. Makna referensial karena acuan yang jelas, dan makna denotatif atau makna sebenarnya. Frasa “Kedai Wareg Nagih” terdiri dari 3 kata yaitu ‘*kedai*’, ‘*wareg*’, ‘*nagih*’, masing-masing makna dari kata tersebut memiliki makna leksikal; (1) *kedai*, merupakan bangunan untuk berjualan. (2) *wareg*, merupakan bahasa Sunda yang artinya kenyang. (3) *nagih*, merupakan bentuk variasi bahasa dari kata tagih atau ketagihan yang artinya terus-menerus menginginkannya.

Berdasarkan makna leksikalnya, *Kedai Wareg Nagih* memiliki makna bangunan untuk berjualan yang dapat memberikan rasa kenyang dan ketagihan. Menurut hasil wawancara dengan pemilik tempat usaha tersebut mengatakan bahwa penamaan tersebut dibuat dengan unsur bahasa Sunda karena pemilik merupakan orang Sunda. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proses penamaan pada data tersebut berdasarkan tempat asal.

15. *Angkringan Jogja*

Jenis makna yang terkandung pada data 15 adalah makna gramatikal karena terbentuk dari gabungan kata menjadi sebuah frasa. Makna referensial karena acuan yang jelas, serta makna denotatif atau makna sebenarnya. Frasa *Angkringan Jogja* terdiri atas dua kata yaitu ‘*angkringan*’ dan ‘*Jogja*’, Masing-masing makna dari kata tersebut memiliki makna leksikal; (1) *angkringan*, merupakan gerobak tempat berjualan makanan dan minuman. (2) *Jogja*, merupakan nama kota yaitu Jogjakarta.

Berdasarkan makna leksikalnya, *Angkringan Jogja* memiliki makna gerobak tempat berjualan makanan dan minuman yang berasal dari Jogja. Menurut hasil wawancara dengan pemilik tempat usaha, penamaan tersebut mendeskripsikan dirinya yang berasal dari Jogjakarta. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proses penamaan pada data tersebut berdasarkan tempat asal.

16. *Kantin Berkah*

Jenis makna yang terkandung pada data 16 adalah makna gramatikal karena berbentuk frasa yang mengalami proses pemajemukan, makna referensial karena acuan yang jelas, dan makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan tataran pada kamus. Frasa *Kantin Berkah* terdiri dari 2 kata, yaitu (*kantin dan berkah*) masing-masing makna dari kata tersebut; (1) *kantin*, merupakan ruang tempat untuk menjual makanan dan minuman. Biasanya penamaan ini digunakan pada sekolah, kantor, asrama, dan lain-lain. (2) *berkah*, merupakan suatu karunia Tuhan yang mendatangkan kebaikan bagi kehidupan manusia.

Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa *Kantin Berkah* dapat diartikan sebagai ruang tempat menjual makanan dan minuman dengan harapan memperoleh karunia atau perlindungan Tuhan. Berdasarkan makna dalam bentuk frasa, proses penamaan pada data 16 dikategorikan berdasarkan jenis penamaan baru.

17. *Kedai DA Delicious*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas merupakan makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan sehingga menghasilkan suatu frasa baru yaitu *Kedai DA Delicious*. Frasa tersebut terdiri dari tiga kata dasar yaitu kata '*kedai*', '*DA*', dan '*delicious*'. Secara leksikal, makna dari kata *kedai* adalah bangunan tempat berjualan makanan atau minuman. Kata '*DA*' merupakan akronim dari Dandi Afriady yang merupakan nama dari pemilik usaha tersebut. Dan kata *delicious* adalah istilah dari bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia padanan katanya adalah 'lezat'.

Berdasarkan tinjauan terhadap makna leksikal, dapat disimpulkan bahwa makna gramatikal dari nama usaha *Kedai DA Delicious* adalah suatu tempat berjualan makanan dan minuman yang mempunyai rasa lezat, serta usaha tersebut dimiliki oleh seorang bernama Dandi Afriady. Proses penamaan yang ada pada nama usaha tersebut adalah berdasarkan penamaan baru dan penemu atau pembuat.

18. *Kantin Happy 23*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah berupa makna konotatif karena berisikan makna tambahan yang melenceng dari makna dasar, dan juga makna gramatikal karena terjadinya proses pemajemukan sehingga menghasilkan frasa baru yaitu *Kantin Happy 23*. Jika dilihat secara makna leksikal, kata *kantin* berarti sebuah bangunan tempat berjualan makanan di suatu gedung atau instansi. Kata *happy* adalah istilah dalam bahasa Inggris yang merupakan padanan dari kata *senang* yang berarti sesuatu yang menggembirakan dan membuat betah. Sedangkan, angka 23 merupakan kata numeralia yang merupakan tanggal lahir pemilik kantin tersebut. Angka 23 itu digunakan sebagai identitas tempat usaha tersebut.

Berdasarkan tinjauan dari makna leksikal, dapat disimpulkan bahwa makna gramatikal dari *Kantin Happy 23* adalah tempat usaha yang menjual makanan dan minuman yang dimiliki oleh seseorang yang lahir di tanggal 23. Sedangkan, secara makna konotatif, kata '*happy*' membuat kesan bahwa jika makan atau belanja di sana akan menimbulkan perasaan senang atau bahagia. Sedangkan proses penamaan pada data tersebut berdasarkan penamaan baru.

19. *Kantin Budhe 19*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan kata hingga membentuk suatu frasa baru yaitu *Kantin Budhe 19*. Secara leksikal, makna kata kantin adalah ruang tempat untuk menjual makanan dan minuman. Sedangkan, *Budhe* dari kata bude yang merupakan kakak perempuan orang tua. Kemudian 19 menurut hasil wawancara dari pemilik tempat usaha merupakan tanggal lahir dari anak pemilik.

Maka secara gramatikal *Kantin Budhe 19* merupakan tempat untuk menjual makanan dan minuman dengan identitas pemilik dengan panggilan *budhe* dan identitas anak pemilik berupa tanggal kelahirannya. Dapat disimpulkan bahwa proses penamaan yang terdapat pada data tersebut berdasarkan penemu atau pembuat.

20. *Kantin Boelan*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha pada data 20 adalah makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan kata hingga membentuk suatu frasa baru yaitu *Kantin Boelan*. Secara leksikal, makna kata kantin adalah ruang tempat menjual makanan dan minuman. Sedangkan, kata *Boelan* dari nama orang *Bulan*. Menurut hasil wawancara dengan pemilik tempat usaha, bahwa penamaan tersebut berasal dari nama anak pemilik. Maka secara gramatikal dapat diartikan bahwa *Kantin Boelan* merupakan ruang tempat menjual makanan dan minuman milik *Boelan*. Proses penamaan pada data 20 berdasarkan penemu atau pembuat.

21. *Warung TM*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan kata hingga membentuk suatu frasa baru yaitu *Warung TM*. Secara leksikal, makna kata warung adalah tempat untuk berjualan atau berdagang. Sedangkan, kata TM merupakan akronimisasi dari nama pemilik yaitu Tio Muhammad. Maka secara gramatikal dapat diartikan bahwa *Warung TM* merupakan usaha milik TM. Proses penamaan yang ada pada nama tersebut adalah berdasarkan penemu atau pemilik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan TM, pemilik warung tersebut, nama usaha tersebut dipilih karena mudah diingat dan menjadi identitas tersendiri. Terlebih, banyak juga kawan mahasiswa yang mengenal dirinya sering menyebut dengan sebutan TM. Maka, diadopsilah nama tersebut sebagai nama tempat usaha.

22. *Dapoer Cobek*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah berupa makna gramatikal dan referensial karena adanya proses pemajemukan sehingga membentuk suatu frasa baru yaitu *Dapoer Cobek*. Frasa tersebut terbentuk dari dua kata yaitu kata ‘dapoer’ dan kata ‘cobek’. Secara makna leksikal, kata ‘dapoer’ merupakan bentuk tindak baku dari kata ‘dapur’ yang artinya adalah tempat untuk memasak. Sedangkan kata ‘cobek’ secara leksikal bermakna sebagai perabot dapur yang terbuat dari batu serta memiliki fungsi untuk mengulek atau menghancurkan bumbu masakan.

Nama usaha tersebut mengandung makna referensial karena merujuk kepada alat yang digunakan untuk membuat bumbu pada usaha tersebut. Secara konotatif, artinya usaha tersebut menjual makanan-makanan yang proses pengolahan bumbunya secara manual menggunakan cobek sehingga menghasilkan cita rasa yang khas. Dan secara gramatikal nama usaha ‘*dapur cobek*’ dapat diartikan sebagai tempat memasak yang menggunakan metode peracikan bumbu secara manual. Maka dari itu, proses penamaan yang ada pada nama usaha tersebut adalah berdasarkan sifat khas dan penamaan baru.

23. *Kedai Rena*

Jenis makna yang terdapat pada data 31 adalah makna gramatikal karena berbentuk frasa yang mengalami proses pemajemukan, makna referensial karena rujukan yang jelas, dan makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan tataran dalam kamus. Frasa “*Kedai Rena*” terdiri dari 2 kata yaitu (*kedai dan Rena*) masing-masing makna dari kata tersebut adalah; (1) kedai, merupakan bangunan untuk berjualan. (2) Rena, merupakan nama orang atau pemilik.

Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa *Kedai Rena* dapat diartikan sebagai bangunan untuk berjualan makanan dan minuman milik seseorang bernama Rena. Dapat diketahui bahwa proses penamaan pada data 23 berdasarkan penemu atau pembuat.

24. *Soldomi Warung*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah berupa makna gramatikal karena adanya proses pemajemukan sehingga membentuk suatu frasa baru yaitu ‘Soldomi Warung’. Secara makna leksikal, kata ‘soldomi’ bermakna sebagai makanan khas daerah Tana Toraja. Sedangkan, kata ‘warung’ bermakna sebagai tempat berjualan makanan, minuman, kelontong, atau komoditas lain untuk diperdagangkan.

Berdasarkan tinjauan terhadap makna leksikal, dapat disimpulkan bahwa makna gramatikal dari nama usaha ‘Soldomi Warung’ adalah tempat berjualan makanan khas Tana Toraja. Proses penamaan yang ada pada nama tempat usaha tersebut adalah berdasarkan sifat khas. Karena, soldomi merupakan makanan yang sangat khas dan erat kaitannya dengan budaya Tana Toraja.

25. *Warung Gusti*

Jenis makna yang terdapat pada data 25 adalah makna gramatikal karena berbentuk frasa yang mengalami proses pemajemukan, makna referensial karena rujukan yang jelas, dan makna denotatif atau makna sebenarnya sesuai dengan tataran dalam kamus. Frasa “Warung Gusti” terdiri dari 2 kata yaitu ‘warung’ dan ‘Gusti’ masing-masing makna dari kata tersebut: (1) warung, tempat menjual makanan dan minuman. (2) Gusti, nama orang atau pemilik. Sebagai suatu kesatuan dalam bentuk frasa “Warung Gusti” dapat diartikan sebagai ruang tempat untuk menjual makanan dan minuman milik seseorang bernama Gusti. Dapat disimpulkan bahwa proses penamaan pada 25 berdasarkan penemu atau pembuat.

26. *Kedai Tanggal Tua*

Jenis makna yang terdapat pada nama usaha di atas adalah berupa makna konotatif karena berisikan makna tambahan yang melenceng dari makna dasar, dan juga makna gramatikal karena terjadinya proses pemajemukan sehingga menghasilkan frasa baru yaitu “Kedai Tanggal Tua”. Frasa ‘Kedai Tanggal Tua’ terdiri dari tiga kata yaitu kata ‘kedai’, ‘tanggal’, dan ‘tua’. Jika dilihat secara leksikal, kata ‘kedai’ bermakna sebagai tempat berjualan makanan dan minuman. Kata ‘tanggal’ artinya adalah bilangan untuk menyatakan hari dalam bulan. Dan kata ‘tua’ memiliki makna sebagai sudah lama hidup atau sudah termasuk dalam waktu yang lampau.

Makna konotatif yang terdapat pada nama usaha tersebut terletak pada kata majemuk ‘tanggal tua’. Kata tersebut memiliki arti yang sedikit menyimpang dari makna dasarnya, yaitu bermakna sebagai tanggal pada akhir bulan, dan biasanya pada tanggal tersebut kondisi keuangan orang-orang sedang berada pada fase krisis. Maka dari itu, secara makna konotatif dan gramatikal, nama tempat usaha tersebut bermakna sebagai kedai yang menjual varian makanan dengan harga yang relatif murah sesuai dengan kondisi keuangan masyarakat di tanggal tua. Proses penamaan yang ada dalam nama tempat usaha tersebut adalah berdasarkan penamaan baru.

27. *Akademi Kopi*

Jenis makna yang terdapat pada nama tempat usaha *Akademi Kopi* adalah makna gramatikal. Makna gramatikal terbentuk akibat adanya penambahan atau penggabungan dua kata atau lebih sehingga membentuk suatu frasa. Nama tersebut terbentuk dari kata ‘akademi’ yang secara leksikal maknanya adalah lembaga pendidikan tingkat tinggi, dan kata ‘kopi’ yang maknanya biji-bijian yang lazim dibuat menjadi minuman. Proses penamaan yang terjadi dalam pembentukan nama ini adalah berdasarkan bahan. Kata ‘kopi’ di sana merupakan bahan inti dari minuman yang dijual.

Menurut D pemilik kedai *Akademi Kopi*, nama tersebut diambil karena kedai kopi ini berdiri dan berjualan di Tangerang Selatan khususnya sekitar lingkungan kampus Universitas Pamulang, dan notabene pengunjungnya adalah dosen dan mahasiswa yang merupakan akademisi. Maka dari itu, D terinspirasi untuk menamai kedai kopi tersebut dengan nama *Akademi Kopi*.

Pembahasan

Hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa proses penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan didominasi oleh penemu atau pembuat. Hal tersebut disebabkan sebagian besar penamaan tempat usaha berdasarkan nama pemilik atau nama anak pemilik. Sehingga proses penamaan berdasarkan penemu dan pembuat memperoleh data lebih banyak dari proses penamaan lainnya. Alhasil, penamaan—khususnya penggunaan nama depan, nama belakang, dan nama tempat—dapat berfungsi sebagai simbol atau indikator identifikasi calon pembeli. Dengan demikian, calon pelanggan akan dapat mengidentifikasi pemilik atau pengelola toko dengan mudah. Di luar reputasi, menggunakan nama yang tepat memiliki efek menarik lebih banyak pendapat konsumen daripada mereka yang tidak melakukannya karena mereka membawa tingkat tanggung jawab sosial yang lebih tinggi terhadap kualitas produk mereka daripada mereka yang tidak melakukannya (Ariwibowo, 2017).

Selain itu, bisnis yang menggunakan nama pribadi dianggap "lebih profesional" jika dilihat dari perspektif citra bisnis yang dibuat, dan memiliki tingkat kepercayaan dan garansi yang lebih baik, menurut Kashmiri dan Mahajan dalam (Ariwibowo, 2017). Temuan berbeda dengan apa yang ditemukan Artawa et al. (2023). Mereka mengungkapkan bahwa bahasa Inggris mendominasi bahasa lain dalam penamaan hotel dan restoran di Bali. Keberadaan bahasa Inggris sebagai bahasa perdagangan diadopsi oleh pembuat tanda yang menggunakan bahasa Inggris secara monolingual. Bahasa Inggris adalah bahasa umum yang digunakan oleh sebagian besar tamu domestik dan internasional. Penggunaan bahasa lain tidak diperlukan. Alasan kedua adalah dari segi ekonomi, dimana pilihan bahasa tergantung pada target pasar bisnis. Beberapa hotel memiliki segmen pasar target tetap. Itu memengaruhi pilihan bahasa tanda-tanda luar ruangan. Alasan ketiga adalah dari sudut pandang politik. Tidak ada kontrol pemerintah yang intensif pada pilihan bahasa untuk membuatnya diterapkan dengan baik. Satu-satunya kontrol adalah dari pemerintah daerah untuk memastikan keberadaan aksara Bali pada rambu-rambu luar ruangan. Dalam peraturan itu sendiri, tidak ada pasal yang menyebutkan hukuman bagi yang tidak mematuhi.

Temuan lainnya, Benu et al. (2023). Mereka meneliti vitalitas bahasa daerah di kota Kupang, Indonesia. Mereka menemukan bahwa terdapat 39 foto sebagai data yang terdiri dari empat bahasa, yaitu Dawan, Rote, Sabu, dan Melayu Kupang. Bahasa Dawan merupakan bahasa daerah dominan yang paling banyak dijumpai yang digunakan sebagai nama gereja dan sebagai coretan pada angkutan umum, seperti bemo, bus, truk, dan mobil bak terbuka. Hasil analisis menunjukkan bahwa terjadi pergeseran bahasa, terutama dalam penggunaannya di ruang publik. Berkembangnya Kupang menjadi ibu kota provinsi Nusa Tenggara Timur dan menjadi pusat bisnis, pemerintahan, dan pendidikan telah meningkatkan jumlah penduduknya. Sebaliknya, bahasa daerah terkesan terpinggirkan yang dibuktikan dengan penggunaan bahasa daerah di ruang publik. Faktor sosial ekonomi berkontribusi pada pergeseran ke arah bahasa mayoritas dan menyebabkan hilangnya bahasa kelompok minoritas.

Penelitian lain yang berjudul Kontestasi bahasa di Pura Batukau, Bali yang ditulis oleh Mulyawan et al. (2022). Mereka menemukan bahwa tiga bahasa digunakan di pura: Bali, Indonesia, dan Inggris. Aksara Bali disajikan kurang menonjol dibandingkan dengan aksara Romawi. Ini melayani tujuan simbolis untuk menekankan identitas Bali di wilayah tersebut. Kehadiran bahasa Indonesia dan Inggris sangat bergantung pada pesan dan konteksnya. Mereka berperan dalam rambu-rambu luar non-spiritual, seperti rambu-rambu informasi lingkungan, pendidikan, dan sanitasi, serta rambu-rambu larangan terkait status pura sebagai tempat suci.

Hal yang sama ditemukan oleh Lu et al., (2020). Mereka menemukan bahwa Hongcun (daerah pedesaan di China) menjadi multibahasa dengan perkembangan pariwisata. Karakter Cina standar menempati posisi dominan sementara karakter Cina tradisional dan Inggris menonjol. Kedua, wisatawan telah menunjukkan kepuasan secara keseluruhan dengan tanda linguistik Hongcun. Mereka percaya tanda-tanda multibahasa ini berkontribusi dalam membentuk citra tujuan wisata. Ketiga, rambu-rambu resmi dibakukan dan rambu-rambu privat lebih beragam terutama didorong oleh keuntungan komersial. Terakhir penelitian Shang (Shang, 2017), ia mengeksplorasi tampilan berbagai bahasa dalam nama toko yang disajikan di pusat lingkungan Singapura untuk mengungkapkan bagaimana pemilik toko lokal menangani multibahasa dalam masyarakat yang heterogen secara etnis. Temuannya mengungkap bahwa bahasa Inggris lazim di semua jenis tanda toko, meskipun Cina adalah bahasa yang disukai pada tanda dwibahasa dan multibahasa dan cenderung digunakan untuk mewakili nama toko utama. Bahasa resmi lainnya jarang ditampilkan pada papan nama toko.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data pada tempat usaha di Tangerang Selatan yang terdiri atas 35 data, terdapat jenis makna gramatikal, makna leksikal, makna konotasi, dan proses penamaan yang melatarbelakangi penamaan tempat usaha tersebut. Berdasarkan 35 data yang diperoleh, seluruhnya memiliki jenis makna gramatikal karena terjadi proses pemajemukan yang membentuk suatu frasa baru. Selain itu, 33 data terdapat makna leksikal atau makna sebenarnya, dan 2 data memiliki makna konotasi.

Proses penamaan yang terjadi pada 35 data penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan, menghasilkan 23 data berdasarkan pemilik atau pembuat, 2 data berdasarkan sifat khas, 4 data berdasarkan penamaan baru, 2 data berdasarkan tempat asal, 1 data berdasarkan bahan, 1 data berdasarkan pemilik dan pemendekan, 1 data berdasarkan penamaan baru dan pemilik, 1 data berdasarkan sifat khas dan penamaan baru. Jadi, dari hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa proses penamaan tempat usaha di Tangerang Selatan didominasi oleh penemu atau pembuat. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar penamaan tempat usaha berdasarkan nama pemilik atau nama anak pemilik. Sehingga proses penamaan berdasarkan penemu dan pembuat memperoleh data lebih banyak dari proses penamaan lainnya. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penulis belum mengaitkan penamaan tempat usaha dengan upaya pengutamaan bahasa nasional di tengah derasnya penggunaan bahasa asing di Indonesia. Sehingga ini akan menjadi rumpang penelitian selanjutnya bagaimana badan-badan usaha melestarikan penggunaan bahasa Indonesia atau daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, P. (2020). Analisis penamaan tempat usaha di lingkungan universitas muhammadiyah malang (kajian semantik). In *Prosiding Seminar Bahasa Dan Sastra Indonesia (Senasbasa)*, 4(1), 158–169.
- Anantama, M. D., & Setiawan, A. (2020). Menggali makna nama-nama makanan sekitar kampus di purwokerto. *Jurnal Aksara*, 32(2), 275–286. <https://doi.org/10.29255/aksara.v32i1.511.275--286>
- Anggraeni, A. W. (2012). *Semantik Bahasa Indonesia*. Padang. 1–85.
- Ariwibowo, E. K. (2017). Pertalian bahasa Arab, Islam, dan ekonomi: Studi onomastik pada papan nama usaha masyarakat keturunan Arab (MKA). *Karsa*, 25(2), 284-306.
- Artawa, K., Paramarta, I. M. S., Mulyanah, A., & Atmawati, D. (2023). Centripetal and centrifugal interconnection on hotel and restaurant linguistic landscape of Bali, Indonesia. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1), 2218189. <https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2218189>
- Astuty, A. (2021). Penamaan kedai kopi di Magelang: Kajian etnolinguistik. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2889-2900.
- Azwardi. (2018). *Metode Penelitian: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Syiah Kuala Unoversity Press.
- Bandana, I. G. W. S. (2015). Sistem Nama Orang Bali: Kajian Struktur dan Makna. *Aksara*, 27(1), 1-11.
- Benu, N. N., Artawa, I. K., Satyawati, M. S., & Purnawati, K. W. (2023). Local language vitality in Kupang city, Indonesia: A linguistic landscape approach. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1), 2153973. <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2153973>
- Chaer, A. (2009). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Rineka Cipta.
- Erisa, E. (2020). Kajian Semantik Penamaan Dan Makna Nama Laundry Di Sekitar Kampus Purwokerto (Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fatikhudin, P. (2018). Penamaan tempat usaha berbahasa asing di surabaya : kajian semantik kognitif. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pembelajarannya*, 2, 88–99. <http://journal2.um.ac.id/index.php/basindo>
- Hidayat, F., & Anam, A. K. (2020). Kajian antropolinguistik nama kedai kopi di wilayah Kemang, Jakarta Selatan. *Literatus*, 2(1), 52-58.
- Istiqomah, H. (2015). Kajian Semantik Penamaan Rumah Makan di Sepanjang Jalan Buntu-Kebumen dan Menu Spesial yang Disajikannya Tahun 2014 (Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Itaristanti, I. (2020). Pengutamaan bahasa indonesia di ruang publik pada nama tempat usaha di jalan perjuangan kota Cirebon. *Indonesian Language Education and Literature*, 5(2), 223. <https://doi.org/10.24235/ileal.v5i2.6427>
- Khasanah, I., Laksmi, D., Tilman, R. D. C., & Rizky, R. (2015). Fenomena penggunaan bahasa asing dalam penamaan bisnis kuliner di kawasan Soekarno-Hatta Kota Malang. *Jurnal Lingkar Widyaiswara*, 2(1), 1-11.
- Lu, S., Li, G., & Xu, M. (2020). The linguistic landscape in rural destinations: A case study of Hongcun Village in China. *Tourism Management*, 77, 104005. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104005>
- Misbahuddin, M. (2020). Fungsi, Hakikat Dan Wujud Bahasa. *Intajuna: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, Produk Bidang Pendidikan Bahasa Arab*, 3(2), 104-112.

- Mulyawan, I. W., Paramarta, I. M. S., & Suparwa, I. N. (2022). Language contestation at Batukau Temple, Bali (a linguistic landscape study). *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2090651. <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2090651>
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books..
- Puti, F. E. M., Adhani, A., & Wijayanti, W. (2022). Analisis penamaan jalan dan nilai historis kebangsaan di kota Madiun. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(1), 46–61. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v4i1.6393>
- Santosa, M. P. S. A. (2020). Analisis penamaan kedai kopi di Surabaya: Kajian etnolinguistik. *Kredo: Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, 3(2), 386-399.
- Saputra, T. A. (2017). Sistem Penamaan Tempat Pemakaman Umum di Kabupaten Purbalingga (Kajian Semantik). Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Simatupang, L., & Setyawati, R. (2023). Kajian penamaan kuliner di Balikpapan menggunakan teori semantik Ogden-Richard. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 7(1), 18-31.
- Shang, G. (2017). Linguistic landscape in Singapore: what shop names reveal about Singapore's multilingualism. *International Journal of Multilingualism*, 14(2), 183–201. <https://doi.org/10.1080/14790718.2016.1218497>
- Suhardi. (2013). *Pengantar Linguistik Umum*. Ar-Ruzz Media.
- Suwansa, A., Nasution, W., & Mahmud, T. (2021). Kajian penamaan kedai kopi di kota Banda Aceh: Sebuah pendekatan etnolinguistik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan*, 2(1).
- Temaja, I. G. B. W. B. (2017). Sistem penamaan orang bali. *Jurnal Humanika*, 24(2), 60-72.
- Utami, H., Siregar, S. A., Nurjanah, S., & Kudadiri, M. F. (2021). Fenomena penggunaan bahasa asing dan daerah dalam penamaan bisnis kuliner di kawasan Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia (SemNas PBSI)-3* (pp. 267-272). FBS Unimed Press.
- Widodo, S. T. (2013). Konstruksi nama orang Jawa studi kasus nama-nama modern di Surakarta. *Humaniora*, 25(1), 82-91.
- Widodo, S. T., Yussof, N., & Dzakiria, H. (2010). Nama orang Jawa: Kepelbagaian unsur dan maknanya. *Sari-International Journal of the World and Civilisation*, 28(2), 259-277.
- Wijaya, T., & Savitri, A. D. (2021). Penamaan kedai kopi di Trenggalek Kota: Kajian lanskap linguistik. *Bapala*, 8 (7). 57-70.
- Zaim, M. (2019). *Metode Penelitian Bahasa: Pendekatan Struktural*. FBS UNP Press Padang.
- Zamzam. (2020). Universitas Pamulang. Retrieved from <https://unpam.ac.id/unpam-masuk-55-besar-universitas-top-di-indonesia/>

