

FENOMENA PENGGUNAAN BAHASA ASING DAN DAERAH DALAM PENAMAAN BISNIS KULINER DI KAWASAN MEDAN

Hafizah Utami, Syamsul Arif Siregar, Siti Nurjanah, M. Fakhurrozy Kudadiri

Mahasiswa Prodi S-1 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Medan

surel:., Hafizah.utami1999@gmail.com, syamsulariefsiregar@gmail.com, siti6312@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan fenomena penggunaan bahasa asing dan daerah pada penamaan bisnis kuliner di kawasan Medan; dan (2) menjelaskan alasan-alasan atau sebab terjadinya fenomena penggunaan bahasa asing dan daerah tersebut. Data diperoleh beberapa bisnis kuliner yang menggunakan bahasa asing dan daerah di kawasan Medan Timur, Medan Barat, Medan Johor, Medan Helvetia, Medan Tembung, Medan Polonia, dan Medan Maimun. Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif, yakni mendeskripsikan arti serta penamaan bisnis kuliner tersebut kedalam bahasa Indonesia dari data yang sudah diperoleh serta (3) mendeskripsikan penamaan bisnis kuliner yang baik menurut undang-undang.

Kata Kunci: Fenomena, Penggunaan Bahasa, Bahasa Asing, Bahasa Daerah, Bisnis Kuliner

PENDAHULUAN

Bahasa itu dinamis dan selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan bahasa akan selalu membawa efek positif dan negatif untuk masyarakat itu sendiri. Bromley (1992) dalam Dhieni, N. dkk mendefinisikan bahasa sebagai sistem simbol yang teratur untuk mentransfer berbagai ide maupun informasi yang terdiri atas simbol-simbol visual maupun verbal. Simbol-simbol visual tersebut dapat dilihat, ditulis, dan dibaca, sedangkan simbol-simbol verbal dapat diucapkan dan didengar. Anak dapat memanipulasi simbol-simbol tersebut dengan berbagai cara sesuai dengan kemampuan berpikirnya.

Jika kita perhatikan, masyarakat saat ini kurang berhati-hati dalam menggunakan bahasa asing maupun daerah. contohnya fenomena dalam penamaan bisnis kuliner yang sekarang lagi semarak di kota Medan-Tembung.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, fenomena berarti hal-hal yang dapat disaksikan oleh panca indra dan dapat diterangkan secara ilmiah atau peristiwa yang tidak dapat diabaikan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia juga diterangkan bahwa persamaan dari fenomena adalah gejala yang berarti hal atau keadaan, peristiwa yang tidak biasa dan patut diperhatikan dan adakalanya menandakan akan terjadi sesuatu (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1990:227).

Hasil penelitian dalam fenomena bahasa asing dalam bisnis kuliner kuliner, Khasanah (2015:8) Pada Penelitian tersebut menyatakan tentang fenomena bahasa asing. Ternyata, bukan hanya bahasa asing saja yang eksistensinya di atas bahasa Indonesia saat ini, bahkan penggunaan bahasa daerah juga mulai digunakan di ruang publik khususnya penamaanbisnis kuliner. Hal ini agar dapat mempertahankan bahasa daerah tersebut.

KAJIAN TEORI

Menurut kamus Inggris Indonesia John M. Echols (1993:159), Culinary diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Bisnis kuliner yakni ruang publik berwujud restoran, tempat penjualan makanan dan minuman yang banyak berdiri adalah warung makan, yaitu tempat penjualan makanan pokok dalam skala lebih kecil dan lebih sederhana daripada restoran, dan toko atau pusat jajanan yaitu tempat yang secara khusus hanya menjual makanan kudapan yang sebagian besar berupa makanan kering (Hasan Saputro, 2004:12-13).

Penggunaan bahasa pada ruang publik di Indonesia sudah diatur oleh negara. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang "Bendera, Bahasa dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan" Pasal 36 sampai 38 memerikan bentuk- bentuk publikasi di ruang publik yang harus menggunakan bahasa Indonesia. Pasal 36 menyatakan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan dalam nama geografi di Indonesia serta untuk nama bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau permukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia.

Fenomena yang terjadi saat ini khususnya di kota Medan, Sumatera Utara yakni sikap masyarakat yang menggunakan bahasa asing dan daerah di ruang publik dan mengesampingkan bahasa Indonesia. Ketertarikan peneliti yakni mengenai fenomena penggunaan bahasa asing dan daerah pada penamaan bisnis kuliner di kawasan Medan. Peneliti sangat tertarik untuk dapat menjelajah berapa banyak nama bisnis kuliner yang menggunakan bahasa asing dan juga daerah serta menemukan faktor penyebab terjadinya fenomena yang terkesan mengesampingkan bahasa Indonesia itu sendiri peneliti beranggapan fenomena tersebut bisa muncul dikarenakan ada beberapa faktor penyebab yang melatarbelakangi masyarakat untuk melakukannya. Fenomena seperti ini memerlukan suatu perhatian dan perlu adanya perbaikan mengenai penggunaan bahasa asing dan daerah dalam hal penamaan bisnis kuliner ini sebab hal tersebut sudah menyalahi kebijakan yang berlaku. Jika ini dibiarkan terus menerus maka akan banyak sekali rumah makan yang tidak menggunakan bahasa Indonesia di ruang publik sehingga akan menghasilkan dampak buruk bagi eksistensi bahasa Indonesia itu sendiri.

Untuk mengetahui fenomena- fenomena yang terjadi, dibutuhkan penelitian dengan pengamatan yang baik. Hasil dari pengamatan dalam fenomena- fenomena tersebut akan dihasilkan daftar yang akan dianalisis serta dibahas bagaimana bentuk-bentuk fenomena yang ditemukan dilapangan, bagaimana penulisan atau penamaan yang sesuai dengan kebijakan yang berlaku serta menemukan faktor yang mendasari fenomena yang melatarbelakangi pemakaian bahasa asing dan daerah pada nama rumah makan di kawasan Kota Medan. Penelitian ini hanya difokuskan pada masalah serta faktor yang melatarbelakangi pemakaian bahasa pada nama rumah makan di kawasan Kota Medan.

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian yang kami teliti ialah bisnis kuliner yang menggunakan Bahasa asing dan daerah yang terdapat di Kota Medan. Penelitian ini dilakukan pada beberapa bisnis kuliner di berbagai kecamatan di kota Medan yakni kecamatan Medan Timur, Medan Barat, Medan Johor, Medan Helvetia, Medan Tembung, Medan Polonia, dan Medan Maimun.

Penelitian ini bukan penelitian yang analisisnya bersifat statis melainkan sebuah analisis yang dinamis yang dapat terus dikembangkan. Sebelumnya peneliti sudah terjun kelapangan untuk melihat nama-nama tempat bisnis kuliner yang terdapat di Medan Tembung. Akan tetapi, peneliti memilih untuk melanjutkan penelitiannya di rumah dengan proses mencari informasi di berbagai sumber/ situs web sesuai anjuran pemerintah terkait pandemi Covid-19.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggunakan prosedur pemecahan masalah dan tidak menggunakan perhitungan. Metode penelitian yang akan

dilakukan adalah menggunakan rancangan kualitatif dengan sudut pandang sosiolinguistik ini adalah suatu metode yang digunakan untuk melihat keadaan objek yang diteliti dengan menguraikan hal-hal yang menjadi pusat perhatian dan mendukung objek penelitian tersebut dengan pemakaian bahasa pada masyarakat akan lebih tepat bila antara penutur dan mitra tutur saling memahami maknanya dengan baik..

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Bentuk Penggunaan Bahasa Daerah dan Asing pada Penamaan Bisnis Kuliner di Kota Medan

1. Ayam Bakar *Wong Solo*

Ayam Bakar *Wong Solo* adalah salah satu bisnis kuliner di kota Medan yang memiliki banyak cabang, salah satunya yaitu di Jl. Adi Sucipto, Sari Rejo Medan Polonia. Bisnis kuliner yang satu ini didirikan oleh pengusaha sukses asal kota Solo, Puspo Wardoyo. Di Indonesia, kini bisnis Ayam Bakar *Wong Solo* sudah mempunyai 283 cabang. Penamaan “Ayam Bakar *Wong Solo*” adalah merupakan campuran dari bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Kata “*Wong*” dalam bahasa jawa memiliki arti “Orang”

2. Rumah Makan Islam *Marikena*

Rumah Makan Islam *Marikena* adalah salah satu rumah makan yang menawarkan berbagai masakan khas Karo halal yang dapat disantap oleh orang muslim. Rumah makan ini berada di Jl. Jamin Ginting No. 94, Padang Bulan, Kec. Medan Johor. Bisnis yang satu ini dirintis oleh Ibu Hj. Siti Fatimah ini sangat digemari oleh banyak kalangan. Penamaan “Rumah Makan Islam *Marikena*” adalah campuran dari bahasa Indonesia dan Karo. Kata “*Marikena*” dalam bahasa karo memiliki arti “Mari Kesini”

3. *Lembur Kuring* Restaurant

Restoran *Lembur Kuring* adalah resto yang menghadirkan makanan khas Sunda. Resto ini sudah sejak lama didirikan, sekitar 30 tahun. Salah satu cabang di kota Medan yakni berada di Jl. T. Amir Hamzah No.85, Helvetia Timur, Kec. Medan Helvetia. Penamaan “*Lembur Kuring* Restaurant” adalah merupakan campuran dari bahasa Sunda dan bahasa Inggris. “*Lembur*” dan “*Kuring*” dalam bahasa Sunda yang artinya “Kampung/Desa” dan “*Saya/aku*” maka jika disatupadu dan padankan menjadi “*Lembur Kuring*” yang artinya “Kampung ku”. “Restaurant” dalam bahasa inggris berarti “Restoran/Tempat makan/Rumah makan”.

4. Rumah Makan *Gumarang Jaya*

Gumarang Jaya adalah salah satu rumah makan khas minang yang terletak di Jl. Brigjend Katamso No. 27/29 Medan. Menjadi salah satu rumah makan Minang legendaris di kota Medan. Penamaan “Rumah Makan Khas Minang *Gumarang Jaya*” adalah campuran dari bahasa Indonesia dengan bahasa Minang. Kata “*Gumarang*” dalam bahasa minang adalah nama seekor kuda dalam Kaba Cindua Mato, sebuah legenda dalam budaya Minangkabau.

5. Rumah Makan *Bundo Kanduang*

Rumah makan *Bundo Kanduang* ini adalah salah satu rumah makan minang dikota Medan. Beralamat di Jl. Bhayangkara Ujung No. 144, Indera Kasih Kec. Medan Tembung. Rumah makan ini sangat ramai dikunjungi oleh pembeli saat jam makan siang, maupun menjelang petang. Penamaan “Rumah Makan *Bundo Kanduang*” ini merupakan campuran dari bahasa Indonesia dan bahasa Minang. Kata “*Bundo Kanduang*” merupakan bahasa Minang yang jika diartikan kedalam bahasa Indonesia yakni “Ibu Kandung”

6. *Thirty-Six Cafe*

Thirty-Six Cafe adalah kedai kopi yang sangat ramai diperbincangkan, memiliki keindahan interior bangunan serta letak yang strategis. Kedai kopi ini terletak di Jl. Multatuli No. 36, Hamdan, Kec. Medan Mimun, kota Medan. Penamaan kedai kopi ini keseluruhannya

menggunakan bahasa Inggris. Kata “*Thirty-Six Café*” yang jika diartikan kedalam bahasa Indonesia “Kafe Tiga Puluh Enam”.

7. *Waroeng Steak and Shake*

Waroeng Steak and Shake atau lebih dikenal dengan nama WS adalah salah satu usaha waralaba yang didirikan oleh Jody Brotosuseno dan Siti Haryani. Beralamat di Jl. T. Amir Hamzah No. 42-44, Sei Agul, Kec. Medan Barat. Penamaan “*Waroeng Steak and Shake*” merupakan campuran bahasa Jawa dengan bahasa Inggris. Kata “Waroeng” dalam bahasa Jawa diartikan kedalam bahasa Indonesia “warung”, sementara kata “Steak and Shake” merupakan bahasa Inggris yang jika diartikan kedalam bahasa Indonesia berarti “Daging Panggang dan Kocok”.

8. *Blessing Coffee*

Blessing Coffee adalah kedai kopi yang sangat ramai pengunjung setiap waktunya. Kedai kopi ini terletak di Jl. Tuasan No. 77 a, Siderejo Hilir, Kec. Medan Tembung. Penamaan kedai kopi ini keseluruhannya menggunakan bahasa Inggris. Kata “Blessing” jika diartikan kedalam bahasa Inggris berarti “Berkat” dan “Coffee” berarti “Kopi”.

9. *Dae Bak Korean BBQ Restaurant*

Dae Bak Korean BBQ Restaurant adalah restoran kekinian yang menyajikan berbagai masakan khas dari negeri Ginseng, Korea Selatan yang halal. Restoran ini terletak di T1 & T2 Jati Junction, Jl. Timur, Perintis Kec. Medan Timur. Penamaan “Dae Bak Korean BBQ Restaurant” merupakan campuran dari bahasa Korea dan bahasa Inggris. Kata “Dae Bak” dalam bahasa Korea (대박) adalah ekspresi gaul yang biasa digunakan oleh anak muda di Korea ketika melihat/mendengar sesuatu yang mengagumkan, lucu, keberhasilan, hebat dan sebagainya. Daebak (대박) memiliki arti “wow”, “hebat”, “luar biasa”, “mantap”, “mengagumkan”, “keren”, “tidak dapat dipercaya” dan sebagainya. Sementara “Korean BBQ Restaurant” merupakan bahasa Inggris yang jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia yakni, “Restoran BBQ/ Panggang Korea”

10. *Gateau Natural Food*

Gateau Natural Food adalah restoran bernuansa klasik dan indah, restoran ini terletak di Jl. S. Parman No. 280 Babura, Petish Hulu, Kecamatan Medan Baru. Penamaan “*Gateau Natural Food*” terdiri dari bahasa Prancis dan Inggris. Kata “Gateau” merupakan bahasa Prancis yang berarti roti sederhana berbentuk bulat dengan bahan utama terigu dan air dengan penambahan bahan telur, madu, pelembut, dan susu. Sementara “Natural Food” adalah bahasa Inggris yang diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia berarti “Makanan Alami”.

2. Penamaan Bisnis Kuliner yang Baik Menurut Undang-Undang

Pasal 36 ayat 3 undang-undang tersebut menyatakan, “Bahasa Indonesia wajib digunakan untuk nama bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau permukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, dan organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia.” Juga pasal 38 ayat 1: “Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, penunjuk jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum belum memberikan dampak terhadap upaya menjadikan bahasa Indonesia menjadi tuan di negeri sendiri.

Penamaan yang baik bagi bisnis kuliner di daerah kota Medan adalah mengutamakan Bahasa Indonesia di ruang publik. Penggunaan bahasa asing dan daerah diperbolehkan, jika Bahasa Indonesia menjadi bahasa utama yang dibaca pada penamaan bisnis tersebut.

Misalnya pada penamaan bisnis Penamaan “Rumah Makan Islam Marikena” adalah campuran dari bahasa Indonesia dan Karo. Kata “Marikena” dalam bahasa Karo memiliki arti “Mari Kesini” Seharusnya penamaan yang baik menurut Undang-Undang adalah “Rumah Makan Islam Mari Ke sini” ditulis dengan besar pada papan nama bisnis kuliner tersebut dan di

bawah tulisan itu adalah “Marikena” Jadi papan nama penulisan bisnis kuliner yang baik seperti “Rumah Makan Islam Mari Ke sini (Marikena)” atau “Rumah Makan Islam Mari Ke sini” (Rumah makan Islam Marikena)

Kemudian pada penamaan bisnis kuliner “Gateau Natural Food” Kata “Gateau” merupakan bahasa Prancis yang berarti roti sederhana berbentuk bulat dengan bahan utama terigu dan air dengan penambahan bahan telur, madu, pelembut, dan susu. Sementara “Natural Food” adalah bahasa Inggris yang diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia berarti “Makanan Alami” Penamaan bisnis kuliner yang baik menurut Undang-Undang adalah “Roti Makanan Alami (Gateau Natural Food)” atau “Roti Makanan Alami” “Gateau Natural Food”

Dalam penelitian ini ditawarkan lima strategi yang dapat digunakan untuk pengutamaan penggunaan bahasa Indonesia khususnya di ruang publik, seperti di bawah ini. Perlu dilakukan penertiban terhadap media (spanduk, baliho, banner, papan nama instansi / institusi/perusahaan yang masih menggunakan bahasa Asing tanpa menyandingkan dengan bahasa Indonesia. Penertiban ini bertujuan agar, wibawa bahasa pemerintah selaku dewan pembina dan pengembangan bahasa Indonesia terlihat oleh masyarakat.

Upaya sosialisasi kebijakan pengutamaan penggunaan bahasa Indonesia. Sosialisasi ini dapat dilakukan secara periodik pada media massa seperti televisi, koran, majalah, serta media sosial seperti facebook, twitter, whats App, Line, dan media lainnya.

Pembinaan bahasa perlu dilakukan oleh pemerintah. Dalam hal ini, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa untuk terus melakukan sosialisasi dan pembinaan kepada masyarakat tentang bahasa Indonesia dan penggunaannya serta sosialisasi tentang UU RI No. 24 Tahun 2009 karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya.

Peraturan Daerah. Tiap daerah yang tersebar diseluruh pelosok nusantara ini, perlu membuat kebijakan yang sama tentang aturan penggunaan bahasa di ruang publik dan sanksi yang akan diberikan oleh pemerintah. Menjalin relasi dan kerja sama dengan seluruh elemen masyarakat, instansi, institusi pendidikan, perusahaan, dan asosiasi periklanan. Apabila kita merujuk pada Undang- Undang Sistem Pendidikan Nasional (UU Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 33) disebutkan bahwa bahasa Indonesia sebagai bahasa negara menjadi bahasa pengantar dalam pendidikan nasional. Sementara itu, bahasa daerah yang tersebar di seluruh desa di Indonesia dapat digunakan sebagai bahasa pengantar dalam tahap awal pendidikan apabila diperlukan dalam penyampaian pengetahuan dan/atau keterampilan tertentu. Sedangkan, bahasa asing dapat digunakan sebagai bahasa pengantar pada satuan pendidikan tertentu untuk mendukung kemampuan berbahasa asing peserta didik. Maka, dengan memberikan pemahaman sebagaimana yang tertuang dalam UU Nomo 20 tahun 2003 pasal 33 tersebut, upaya pengutamaan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik dapat berjalan dengan baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia pada penamaan bisnis kuliner di kawasan Kota Medan sangat rendah. Faktor penyebab yang melatarbelakangi masyarakat lebih memilih menggunakan bahasa asing dan daerah pada penamaan bisnis kuliner mereka ialah menilai bahwa bahasa asing dan daerah memberikan nuansa makna positif bagi bisnis mereka. Nuansa makna positif itu wujudnya bermacam- macam, seperti untuk meningkatkan gengsi, lebih keren, memikat, menambah pesona, profesional, melancarkan usaha, lebih berkelas, lebih intelek, meningkatkan mutu, tidak kuno, ngetrend, lebih modis, lain-lain. Mereka menilai bahwa nuansa makna seperti itu tampaknya tidak mereka dapatkan dari bahasa Indonesia. Oleh karena itu, mereka rata-rata enggan menggunakan nama asing dan daerah yang mereka gunakan ke dalam bahasa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zaenal. 2004. *Cermat Berbahasa Indonesia di Perguruan Tinggi*. Jakarta : Akapres
- Alwi, Hasan (Ed). 2011. *Politik Bahasa*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Asgarani, N. F. (2018). *Jurnalis Perempuan Berjilbab (Studi Fenomenologi Pada Jurnalis Berjilbab Di Media Televisi Jakarta)* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Arifin, E. Z. (2018). “Undang-Undang Bahasa”: Sebuah Instrumen Bagi Pembinaan Bahasa Dalam Era Globalisasi*. *Pujangga*, 3(2), 24.
- Dhieni, N., Fridani, L., Muis, A., & Yarmi, G. (2014). *Metode pengembangan bahasa*.
- Rahayu, M. (2007). *Bahasa Indonesia di perguruan tinggi*. Grasindo. Jakarta Edisi, K. B. B. I.3. 1990. Balai Pustaka: Jakarta.
- Tim Dosen MKU. 2006. *Bahasa Indonesia*. Serang : Untirt
- Yuwono, U., & Lauder, M. R. (Eds.). (2007). *Pesona bahasa: langkah awal memahami linguistik*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

