Problematika Penggunaan Bahasa dalam Penamaan Toko dan Usaha di Madura: Antara Kreativitas dan Penggunaan Ejaan

Rani Sari Nur Dianty[1], Aruni Maulidiarti[2]
[1,2]Pendidikan Bahasa & Sastra Indonesia, Universitas Trunojoyo Madura
E-mail: erani9275@gamil.com[1], arunimaulidiarti@gmail.com[2]

Abstrak

Penelitian ini mendalami permasalahan penggunaan bahasa dalam penamaan toko dan usaha di Madura. Nama sebuah usaha bukan hanya sekadar label, melainkan juga cerminan identitas budaya dan strategi pemasaran yang unik. Di Madura, penggunaan kombinasi bahasa Madura, Indonesia, dan bahasa asing dalam penamaan usaha menciptakan dinamika yang menarik namun kompleks. Melalui metode kualitatif, penelitian ini mengungkap sejumlah masalah seperti kesalahan ejaan, pemilihan kata yang kurang tepat, dan pencampuran bahasa yang tidak konsisten. Penggunaan bahasa yang tidak sesuai ini ternyata berdampak pada persepsi konsumen dan citra bisnis yang dibangun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan nama usaha di Madura dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk keinginan untuk menarik pelanggan, mengikuti tren, dan mempertahankan identitas lokal. Namun, kurangnya pemahaman akan kaidah bahasa yang benar serta tekanan untuk tampil modern sering kali menyebabkan penggunaan bahasa yang kurang tepat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan bahasa yang efektif sangat penting dalam membangun citra bisnis yang kuat dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya penggunaan bahasa yang baik dan benar dalam konteks bisnis. Selain itu, pelaku usaha juga perlu diberikan pelatihan dan dukungan untuk memilih nama yang tidak hanya menarik, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya Madura
Kata kunci: problematika; bahasa Madura; penamaan usaha; identitas budaya

Abstract

This research explores the problem of language use in naming shops and businesses in Madura. The name of a business is not just a label, but also a reflection of its cultural identity and unique marketing strategy. In Madura, the use of a combination of Madurese, Indonesian and foreign languages in business naming creates interesting but complex dynamics. Through qualitative methods, this research revealed a number of problems such as spelling errors, inappropriate word choices, and inconsistent language mixing. The use of inappropriate language apparently has an impact on consumer perceptions and the image of the business being built. The research results show that the choice of business name in Madura is influenced by various factors, including the desire to attract customers, follow trends, and maintain local identity. However, a lack of understanding of correct language rules and the pressure to appear modern often results in inappropriate language use. This research concludes that effective use of language is very important in building a strong business image and increasing competitiveness. Therefore, efforts are needed to increase public awareness regarding the importance of using good and correct language in a business context. Apart from that, business actors also need to be given training and support to choose names that are not only attractive, but also reflect Madurese cultural values.
Keywords: ***Problems; Language; Madurese; Business naming; Cultural identity***

PENDAHULUAN

Bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga cerminan identitas budaya dan kondisi sosial masyarakat. Bahasa itu seperti hasil karya bersama dari suatu kelompok masyarakat. Bahasa bukan hanya sekadar alat untuk bicara, tapi juga cerminan dari budaya dan cara hidup suatu kelompok. Kalau kita melihat bahasa dari sudut pandang orang-orang yang menggunakannya, kita bisa lebih memahami makna di balik setiap kata dan kalimat. Selain itu, bahasa juga penting untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Jadi, bahasa itu seperti perekat yang menyatukan kita dalam sebuah komunitas. Bahasa juga bisa di katakana sebuah produk sosial budaya yang mengantarkan kita pada pemahaman mengenai makna bahasa ditinjau dari sudut pandang masyarakat sebagai pemakai Bahasa (Hija, U. N., & Nasucha, Y. :2020).

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, penamaan toko dan usaha menjadi salah satu elemen penting yang tidak hanya mencerminkan identitas sebuah bisnis, tetapi juga berperan dalam menarik perhatian konsumen. Namun, di balik tren penamaan yang kreatif dan unik, terdapat problematika bahasa yang kerap diabaikan. Penggunaan bahasa asing, kata-kata tidak baku, hingga penamaan yang berpotensi menimbulkan kontroversi dapat memicu perdebatan tentang kepatutan dan keaslian budaya.

Di Madura, nama toko dan usaha sering kali menunjukkan budaya lokal, kepercayaan, dan pengaruh dari luar. Nama-nama ini digunakan pemilik usaha untuk menunjukkan identitas mereka atau menarik pelanggan. Namun, dalam praktiknya, muncul beberapa masalah dalam penggunaan bahasa pada nama-nama tersebut. Masalah-masalah ini bisa berupa pilihan kata yang kurang tepat, susunan kalimat yang salah, serta pencampuran bahasa Madura, Indonesia, dan bahasa asing seperti Inggris atau Arab tanpa aturan yang jelas. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya pemahaman tentang aturan bahasa atau keinginan menarik minat konsumen dengan menggunakan kata-kata asing.

Di sisi lain, penggunaan bahasa yang tidak sesuai atau terlalu berlebihan dalam penamaan usaha dapat menimbulkan kesan yang kurang menarik bagi kelompok konsumen tertentu. Misalnya, penggunaan istilah yang terlalu rumit atau asing bisa membuat konsumen merasa kurang nyaman dan enggan berinteraksi dengan usaha tersebut. Oleh karena itu, penting bagi para pemilik usaha untuk memilih nama yang seimbang, menarik, dan mudah dipahami oleh semua kalangan. Nama usaha yang jelas dan relevan akan membantu bisnis tersebut lebih mudah dikenali dan diingat, sekaligus menjaga identitas budaya Madura yang khas dan kaya. Sangat penting bagi pemilik usaha tersebut untuk meningkatkan pemahaman tentang penggunaan Bahasa serta ejaan yang baik dan benar dalam penamaan usaha (A Gereda:2020). Pelatihan atau panduan tentang cara memilih nama usaha yang menarik dan sesuai kaidah bahasa dapat membantu pelaku bisnis membuat keputusan yang lebih tepat. Hal ini tidak hanya mendukung kelancaran komunikasi dengan konsumen, tetapi juga berperan dalam melestarikan kekayaan bahasa lokal yang menjadi identitas penting masyarakat Madura.

Upaya untuk menyeimbangkan penggunaan bahasa lokal dan asing dalam penamaan usaha di Madura harus mempertimbangkan dampaknya terhadap identitas

budaya dan penerimaan konsumen. Penamaan yang tepat dan menarik, namun tetap menjaga unsur budaya lokal, dapat memperkuat citra usaha dan meningkatkan rasa keterikatan masyarakat. Ini merupakan langkah penting agar bisnis lokal dapat tumbuh dan berkembang dengan tetap menghargai warisan budaya yang dimiliki. Artikel ini akan mengajak pembaca untuk memahami lebih dalam contoh-contoh nyata masalah bahasa dalam nama-nama toko dan usaha di Madura. Artikel ini juga akan membahas berbagai problematika yang muncul dalam penggunaan bahasa pada nama toko dan usaha, serta dampaknya terhadap persepsi masyarakat dan citra bisnis itu sendiri. Analisis ini diharapkan bisa memberi gambaran tentang peran bahasa dalam bisnis lokal dan cara mengatasi masalah ini agar tetap seimbang antara menarik pelanggan dan menjaga budaya lokal

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis problematika penggunaan bahasa dalam penamaan toko dan usaha di Madura. Menurut Moleong (2013, hal. 18), penelitian deskriptif ini menggunakan variabel data yang berupa kalimat. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali fenomena sosial dan budaya terkait pemilihan bahasa dalam konteks penamaan usaha, yang mencerminkan kreativitas sekaligus kepatutan dalam kehidupan masyarakat setempat. Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung dan dokumentasi terhadap nama-nama toko dan usaha yang ada di berbagai wilayah di Madura.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi non-partisipan, di mana peneliti mengamati dan mencatat nama-nama toko dan usaha tanpa terlibat secara langsung dalam aktivitas masyarakat. Observasi ini meliputi identifikasi nama-nama toko di lokasi strategis seperti pasar, pusat kota, dan kawasan komersial. Fokus utama adalah pada pemilihan kata, bahasa yang digunakan (bahasa Madura, Indonesia, atau asing), serta struktur penamaan yang mencerminkan budaya lokal maupun pengaruh luar.

Selain itu, metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data observasi. Dokumentasi mencakup pengumpulan foto, catatan, dan deskripsi visual dari papan nama toko serta materi promosi terkait, seperti spanduk atau brosur. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis elemen visual dan tekstual dalam penamaan toko dan usaha, serta kaitannya dengan norma sosial dan budaya yang berlaku.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis). Proses ini melibatkan pengelompokan nama-nama usaha berdasarkan kategori tertentu, seperti jenis bahasa yang digunakan, unsur lokalitas, dan kreativitas dalam pemilihan nama. Selanjutnya, dilakukan interpretasi untuk memahami bagaimana faktor budaya, ekonomi, dan sosial memengaruhi pola penamaan tersebut. Analisis ini bertujuan untuk menggali dinamika antara kreativitas dalam berbisnis dan kepatutan terhadap nilai-nilai budaya.

Validitas data dijaga melalui triangulasi metode dengan membandingkan hasil observasi dan dokumentasi, serta kajian literatur yang relevan. Kajian literatur melibatkan analisis teori- teori terkait penggunaan bahasa dalam konteks budaya dan ekonomi. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai problematika penggunaan bahasa dalam penamaan toko dan usaha di Madura, serta kontribusinya terhadap diskursus budaya dan ekonomi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesalahan dalam penggunaan ejaan yang sesuai dengan kaidah Bahasa Indonesia sering kali terjadi dan merupakan kekeliruan umum yang dapat dilakukan oleh siapa saja, termasuk mahasiswa. Kesalahan ini mencakup penerapan aturan Ejaan Bahasa Indonesia, seperti: a) penggunaan huruf kapital yang tidak tepat, b) kesalahan dalam penggunaan huruf miring, c) kesalahan dalam penulisan lambang bilangan, serta d) kesalahan dalam penggunaan tanda baca (Nanik Setyawati, 2010: 155).

Tabel 1. Kesalahan Bahasa pada Penamaan Toko dan Usaha

No	Kata	Kasus dan Analisis	Dokumentasi
1.	Pentol Al Barokah	Penulisan nama identitas gerobak tersebut memiliki problem dalam penulisan nama identitas gerobak: - Pada kata "Pentol" dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti, melainkan nama dari sebuah kuliner yaitu "Pentol". - Pada kata “Alif” dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti melainkan nama orang. - Pada kata “barokah” juga dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti, akan tetapi dalam bahasa daerah Madura kata “barokah” memiliki arti keberkahan dan kelancaran dalam segala bentuk usaha. Dapat disimpulkan penulisan identitas gerobak tersebut tidak menerapkan penulisan bahasa Indonesia yang benar, akan tetapi mengkombinasikan dengan nama sesorang dan bahasa daerah	

		sebagai bentuk tanda identitas sesuatu ciri khas daerah tertentu.	
1.	Pentol Al Barokah	Penulisan nama identitas gerobak tersebut memiliki problem dalam penulisan nama identitas gerobak: - Pada kata "Pentol" dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti, melainkan nama dari sebuah kuliner yaitu "Pentol". - Pada kata “Alif” dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti melainkan nama orang. - Pada kata “barokah” juga dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti, akan tetapi dalam bahasa daerah Madura kata “barokah” memiliki arti keberkahan dan kelancaran dalam segala bentuk usaha. Dapat disimpulkan penulisan identitas gerobak tersebut tidak menerapkan penulisan bahasa Indonesia yang benar, akan tetapi mengkombinasikan dengan nama sesorang dan bahasa daerah sebagai bentuk tanda identitas sesuatu ciri khas daerah tertentu.	
1.	Pentol Al Barokah	Penulisan nama identitas gerobak tersebut memiliki problem dalam penulisan nama identitas gerobak: - Pada kata "Pentol" dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti, melainkan nama dari sebuah kuliner yaitu "Pentol". - Pada kata “Alif” dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti melainkan nama orang. - Pada kata “barokah” juga dalam bahasa Indonesia tidak memiliki arti, akan	

		tetapi dalam bahasa daerah Madura kata "barokah" memiliki arti keberkahan dan kelancaran dalam segala bentuk usaha. Dapat disimpulkan penulisan identitas gerobak tersebut tidak menerapkan penulisan bahasa Indonesia yang benar, akan tetapi mengkombinasikan dengan nama sesorang dan bahasa daerah sebagai bentuk tanda identitas sesuatu ciri khas daerah tertentu.	
4.	Pribadi Telur Gulung	Penulisan nama identitas makanan tersebut memiliki problem dalam bahasa Indonesia dimana memiliki 2 makna: - Pada kata "Pribadi" tersebut terdapat dalam KBBI. Hanya saja dari pandangan kita kata tersebut memiliki makna lebih dari 1 yaitu Pribadi dalam artian milik sendiri atau juga pribadi diambil dari nama pemilik usaha makanan tersebut yaitu Sukarno Pribadi. Sehingga dapat di simpulkan kata tersebut menjadikan kata tersebut menjadi ambigu.	
5.	Toko Jaya Abadi	Penulisan nama identitas toko tersebut memiliki problem penggunaan bahasa Indonesia: - Kata toko digunakan untuk menjelaskan bahwa tempat tersebut menerapakan sistem jual beli. - Kata Jaya yang memiliki arti berhasil, sukses. - kata abadi yang memiliki arti kekal.	

		Dapat disimpulkan identitas tempat tersebut tidak menjelaskan sistem jual beli apa didalamya, jadi dalam penulisan identitas tersebut tidak menerapkan penulisan bahasa Indonesia yang baik dan benar.	
6.	Bakso Tenan	- Penulisan nama "Bakso Tenan" memiliki problematika bahasa Indonesia. Pada penulisan nama "Bakso Tenan" terjadi percampuran unsur bahasa Indonesia . "Bakso" merupakan kata serapan dari bahasa tianghoa, sedangkan "Tenan" bersala dari bahasa jawa. Pencampuran bahasa tersebut menunjukkan adaya interaksi antar budaya dan pengaruh bahasa asing dalam bahasa indoensia. - Penggunaan kata "Tenan" dalam frasa "Bakso Tenan" menunjukkan adanya penyerapan bahasa Jawa ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa Jawa memiliki pengaruh yang kuat dalam bahasa I	

		ndonesia, terutama di daerah-daerah yang mayoritas penduduknya berbahasa Jawa. - Kata "Tenan" dalam bahasa Jawa memiliki makna "benar-benar" atau "sungguh-sungguh". Dalam frasa "Bakso Tenan", kata "Tenan" memberikan konotasi bahwa bakso yang dimaksud adalah bakso yang benar-benar enak atau bakso yang berkualitas tinggi. Penggunaan kata "Tenan" dalam frasa ini menunjukkan bahwa bahasa Jawa dapat memberikan nuansa dan makna yang lebih spesifik dalam bahasa Indonesia.	

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, problematika penggunaan bahasa dalam penamaan toko dan usaha di Madura menunjukkan adanya dinamika antara kreativitas dan kepatutan berbahasa. Fenomena ini terlihat dari banyaknya penggunaan bahasa daerah, bahasa Indonesia, dan bahasa asing secara campuran. Penamaan seperti “Pentol Alif Barokah” atau “Café Stel Konah” mencerminkan keinginan untuk mengintegrasikan identitas lokal dengan tren global, tetapi sering kali tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang baku. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh budaya global yang semakin meresap ke dalam kehidupan masyarakat Madura.

Kreativitas menjadi salah satu faktor utama dalam penamaan usaha, tetapi sering kali mengorbankan kepatutan berbahasa. Sebagai contoh, penggunaan kata-kata seperti “Pentol Wenak” atau “Bakso Tenan” menggambarkan inovasi dalam menarik perhatian konsumen, tetapi di sisi lain menciptakan tantangan dalam standarisasi bahasa. Pencampuran bahasa daerah, bahasa Indonesia, dan bahasa asing sering kali menimbulkan ambiguitas makna dan kesalahpahaman bagi sebagian orang, terutama mereka yang tidak memahami bahasa tertentu. Analisis juga menunjukkan adanya upaya untuk menonjolkan identitas lokal dalam nama-nama usaha. Misalnya, penggunaan kata “Sanga’” dalam “Café Bintang Sanga’.”atau “Konah” dalam “Café Stel Konah” menggambarkan identitas budaya Madura yang kental. Namun, elemen lokal ini sering kali eksklusif, sehingga kurang inklusif bagi

pelanggan di luar komunitas tersebut. Hal ini menimbulkan tantangan dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Dinamika antara lokalitas dan globalisasi juga terlihat dalam penamaan usaha. Misalnya, penggunaan kata “Café” yang berasal dari bahasa asing sering dipadukan dengan unsur lokal seperti “Joglo” dalam “Joglo Café”. Hal ini mencerminkan adaptasi budaya lokal terhadap tren global, tetapi juga menunjukkan bagaimana unsur-unsur asing sering kali mendominasi, sehingga bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional menjadi kurang menonjol. Penamaan toko dan usaha di Madura mencerminkan kompleksitas antara inovasi, identitas budaya, dan kepatutan berbahasa. Diperlukan kesadaran dan upaya untuk menciptakan keseimbangan antara kreativitas dalam berbisnis dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan kaidah. Dengan demikian, penamaan usaha tidak hanya menarik perhatian konsumen tetapi juga menjadi media pelestarian budaya dan bahasa lokal tanpa mengabaikan keunikan bahasa Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

Hendrastuti, Retno. "Variasi penggunaan bahasa pada ruang publik di kota surakarta." Kandai 11.1 (2017): 29-43.

Nisa, Khairun, and Yeti Mulyati. "Problematika akronim dan singkatan dalam bahasa Indonesia: Kajian pembentukan kata." JURNAL TUAH: Pendidikan dan Pengajaran Bahasa 5.1 (2015): 27-39.

Hija, U. N., & Nasucha, Y. (2020). Analisis Bahasa Asing Pada Daftar Menu Kafe Coffe’dangan The Mochi Dan Implementasinya Dalam Pembelajaran Teks Prosedur (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Hani'ah, M. (2018). Panduan Terlengkap PUEBI (Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia).

Laksana.

Adinatha, G. J., & Hemas, S. F. (2017). VARIASI BENTUK PENAMAAN BADAN USAHA BERBAHASA JAWA: STRATEGI PEMERTAHANAN BAHASA JAWA DI KOTA SEMARANG.

Gereda, A. (2020). Keterampilan Berbahasa Indonesia: menggunakan bahasa Indonesia secara baik dan benar. Edu Publisher.