

**MAKNA PENAMAAN BAHASA ASING PADA TEMPAT  
USAHA DI KOTA PEKANBARU  
(STUDI KASUS : MEREK TOKO YANG BERBAHASA ASING DI KEC.  
BINA WIDYA KOTA PEKANBARU)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Strata Satu (S1)  
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**WULAN SALSABILAH**  
NIM. 12040322344

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2024**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**MAKNA PENAMAAN BAHASA ASING PADA TEMPAT USAHA DI KOTA PEKANBARU**

**(Studi Kasus : Merek Toko Yang Berbahasa Asing Di Kec. Bina Widya Kota Pekanbaru)**

Disusun oleh :

**WULAN SALSABILAH  
NIM. 12040322344**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 03 Juni 2024

**Pembimbing,**

**Artis, S.Ag., M.I.Kom  
NIP. 19680607 200701 1 047**

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi**

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004**

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Wulan Salsabilah  
Nim : 12040322344  
Judul : Makna Penamaan Bahasa Asing Pada Tempat Usaha Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus : Merek Toko Yang Berbahasa Asing Di Kec. Bina Widya Kota Pekanbaru)

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 21 Juni 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Juni 2024.



**Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A**  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

**Prof. Dr. Masduki, M.Ag**  
NIP. 19710612 199803 1 003

Penguji III,

**Mardhiah Rubani, S.Ag., M.Si**  
NIP. 19790302 200701 2 023

Sekretaris/ Penguji II,

**Rosmita, S.Ag., M.Ag**  
NIP. 19741113 200501 2 005

Penguji IV.

**Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom**  
NIP. 19860510 202321 1 026





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : WULAN SALSABILAH  
NIM : 12040322344  
Judul : FENOMENA PENGGUNAAN BAHASA ASING DALAM PENAMAAN TEMPAT USAHA DI KOTA PEKANBARU (STUDI KASUS : MEREK TOKO YANG MENGGUNAKAN BAHASA ASING DI KEC. TUAH MADANT)

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : JUMAT  
Tanggal : 19 JANUARI 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 19 JANUARI 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Usman, M.I.Kom  
NIP. 19860526 2023211013

Penguji II,

Suardi, S. Sos., M. I.Kom  
NIP. 19780912 2014111003

Pekanbaru, 3 Juni 2024

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Wulan Salsabilah  
NIM : 12040322344  
Judul Skripsi : Makna Penamaan Bahasa Asing Pada Tempat Usaha Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus : Merek Toko Yang Berbahasa Asing Di Kec. Bina Widya Kota Pekanbaru)

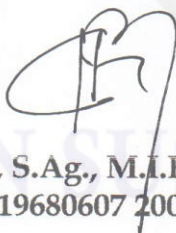
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

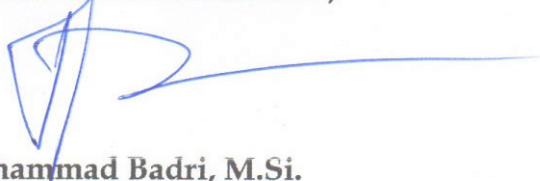
*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pembimbing,



Artis, S.Ag., M.I.Kom  
NIP. 19680607 200701 1 047

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Wulan Salsabilah  
NIM : 12040322344  
Tempat, Tgl. Lahir : Kubu Gadang, 16 Mei 2001  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Makna Penamaan Bahasa Asing Pada Tempat Usaha Di Kota Pekanbaru  
(Studi Kasus : Merek Toko Berbahasa Asing Di Kec, Bina Widya Kota Pekanbaru)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 4 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Wulan Salsabilah

Nim. 12040322344

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Wulan Salsabilah**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Makna Penamaan Bahasa Asing Pada Tempat Usaha Di Kota Pekanbaru. (Studi Kasus : Merek Toko Yang Berbahasa Asing Di Kec. Bina Widya Kota Pekanbaru)**

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan makna penamaan bahasa asing pada penamaan tempat usaha di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis deskriptif. Data diperoleh melalui observasi langsung terhadap tempat-tempat usaha yang menggunakan penamaan bahasa asing, serta wawancara dengan pemilik atau pengelola tempat usaha tersebut. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi jenis-jenis penamaan bahasa asing yang digunakan, serta mengeksplorasi motif dan makna di balik penggunaan penamaan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penamaan bahasa asing pada tempat usaha di Kota Pekanbaru memiliki beragam makna. Makna penggunaan penamaan bahasa asing antara lain untuk meningkatkan citra atau status tempat usaha, menarik perhatian pelanggan, serta menunjukkan eksklusivitas atau keunikan. Makna di balik penggunaan bahasa asing juga bervariasi, mulai dari asosiasi dengan nilai-nilai tertentu, hingga upaya untuk menciptakan identitas global atau kosmopolitan. Selain itu, ditemukan juga beberapa faktor eksternal dan internal yang memengaruhi keputusan pemilik atau pengelola tempat usaha dalam menggunakan penamaan bahasa asing. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena penamaan bahasa asing pada tempat usaha di Kota Pekanbaru, serta implikasinya terhadap budaya lokal dan identitas kota. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemangku kepentingan terkait dalam mengembangkan kebijakan atau strategi pemasaran yang lebih tepat sesuai dengan konteks budaya dan sosial masyarakat setempat.

**Kata Kunci : Makna, Penamaan Bahasa Asing, Tempat Usaha**

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Wulan Salsabilah  
**Study program** : Communication Sciences  
**Title** : **The Meaning of Foreign Language Naming in Business Places in Pekanbaru City. (Case Study: Foreign Language Store Brands in Bina Widya District, Pekanbaru City)**

*This research aims to explore the meaning of foreign language naming in business establishments in the city of Pekanbaru. It employs a qualitative approach and descriptive analysis method. Data is collected through direct observation of business establishments using foreign language names, as well as interviews with their owners or managers. The analysis involves identifying the types of foreign language naming used and exploring the motives and meanings behind their usage. The findings indicate that the use of foreign language naming in business establishments in Pekanbaru encompasses various motives and meanings. Motives for using foreign language names include enhancing the image or status of the establishment, attracting customers' attention, and conveying exclusivity or uniqueness. The meanings behind the use of foreign languages also vary, ranging from associations with certain values to efforts to create a global or cosmopolitan identity. Additionally, several external and internal factors influencing the decisions of business owners or managers in employing foreign language naming were identified. This research provides deeper insights into the phenomenon of foreign language naming in business establishments in Pekanbaru and its implications for local culture and city identity. The findings are expected to inform relevant stakeholders in developing policies or marketing strategies that are more culturally and socially appropriate to the local context.*

**Key keywords** : **Meaning, Foreign Language Naming, Place of Business**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### *Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayahnya lah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan alam nabi Muhammad Shallallahu Wassalam sebagai pembawa risalah kebenaran berupa agama islam dan kitab suci Al-Quran yang merupakan pedoman hidup hingga akhir zaman.

Skripsi ini dengan judul **“MAKNA PENAMAAN BAHASA ASING PADA TEMPAT USAHA DI KOTA PEKANBARU. (STUDI KASUS : MEREK TOKO YANG BERBAHASA ASING DI KEC. BINA WIDYA KOTA PEKANBARU)”** ini diajukan kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana strata satu (S.I.Kom)

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih pada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan proposal, penelitian dan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini hadiah yang penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis yakni Bapak Ilson vida dan Ibu Rita Wati yang sudah mendidik, menyemangati dan mendoakan penulis hingga penulisan skripsi ini selesai. Terimakasih atas doa yang selalu dilimpahkan kepada penulis yang tidak ada habisnya dan yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama penulisan ini. Seterusnya penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., Wakil Rektor III Bapak Edi Erwan, S.Pt.,M.Se.,Ph.D.
2. Bapak Prof. Dr. Imran Rosidi, S.Pd.,M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku sekretaris prodi ilmu komunikasi serta pembimbing skripsi yang penulis hormati dan penulis banggakan. Beliau membimbing dan juga membantu penulis dalam penulisan skripsi ini serta kritikan dan saran yang sangat kompeten sehingga selesailah skripsi ini.
6. Bapak Yantos, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah membantu selama masa perkuliahan penulis.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Seluruh Dosen dan staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sudah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama belajar di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Kepada pemilik ataupun koordiantor tempat usaha yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia menjadi informan serta membantu dalam penulisan skripsi ini.
9. Kepada cinta kasih penulis yang bercita-cita menyekolahkan putrinya sampai sarjana, ayah kuat dan hebat penulis yaitunya ayah Ilson vida. Terimakasih atas dukungan materil maupun non materil yang telah penulis terima selama ini. Segala impian kita yang telah kita susun Insya Allah akan terkabul satu persatu, aamiin. Sehat selalu dan hidup lebih lama ayah.
10. Kepada pintu surgaku mama Rita Wati, yang telah melahirkan, merawat dan membesarkan penulis, yang juga ikut andil dalam menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya penulis sampai di titik ini. Terimakasih semua doa dan dukungannya, semoga Ama sehat selalu dan hidup lebih lama hingga apa yang Ama impikan bisa penulis wujudkan suatu hari nanti  
Ama dan ayah harus selalu ada di setiap perjalanan hidup penulis nantinya.  
*Love you more.*
11. Teristimewa kepada saudara kandung penulis (Uda Vidry Wilson, Diva Lovita, Febby Nurrahma) yang telah memberikan kasih sayang, doa serta dukungan secara moral maupun material kepada penulis serta keluarga besar penulis yang sangat penulis sayangi.
12. Kepada sahabat seperjuangan Nur Ainun Fajrina teman yang penulis kenal di awal perkuliahan yang telah berjuang bersama dan saling support dalam mengerjakan skripsi ini dari awal hingga selesai. Jangan pernah asing ya.
13. Terimakasih kasih juga kepada sahabat Briyan Ilham, Ananda Retno Graciani, Zakiah Rahma Zahara, Desi Azanil dan Rifdo Saputra yang telah menemani hari-hari penulis di kelas selama masa perkuliahan berlangsung.
14. Terimakasih kepada teman-teman Agnes Deswita, Risalahi valentina, dan Melan Febrianti yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan lika liku perskripsi an ini.
15. Terimakasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 20 khususnya Ilmu komunikasi G dan juga teman-teman Public Relations C yang telah memberikan pengalaman berharga selama menjalani proses perkuliahan penulis.
16. Untuk diri sendiri Wulan Salsabilah, terimakasih karena telah mampu mengendalikan diri disaat semuanya tidak baik-baik saja, terimakasih karena telah kuat sampai detik ini, terimakasih untuk tidak menyerah sesulit apapun keadaan serta rintngan yang ditemui selama ini. Mari tetap rendah hati untuk petualangan berikutnya, semangat!



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses perkuliahan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis juga mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis lakukan selama perkuliahan berlangsung, baik yang di sengaja maupun tidak disengaja. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

*Wassalammua'alaikum Warahmatullahi Wabarrakatuh*

Pekanbaru, Mei 2024  
Penulis

**WULAN SALSABILAH**  
**NIM. 12040322344**

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| ABSTRAK.....                             | i    |
| ABSTRACT.....                            | ii   |
| KATA PENGANTAR .....                     | iii  |
| DAFTAR ISI.....                          | vi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | viii |
| BAB I.....                               | 1    |
| PENDAHULUAN .....                        | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                 | 1    |
| 1.2 Penegasan Istilah.....               | 6    |
| 1.3 Ruang Lingkup Kajian .....           | 7    |
| 1.4 Rumusan masalah.....                 | 7    |
| 1.5 Tujuan dan kegunaan penelitian ..... | 7    |
| 1.5.1 Tujuan penelitian.....             | 7    |
| 1.5.2 Kegunaan penelitian .....          | 7    |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....           | 8    |
| BAB II .....                             | 10   |
| LANDASAN TEORI.....                      | 10   |
| 2.1 Kajian Terdahulu.....                | 10   |
| 2.2 Landasan Teori.....                  | 15   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....             | 25   |
| BAB III .....                            | 25   |
| METODE PENELITIAN.....                   | 26   |
| 3.1. Desain Penelitian.....              | 26   |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....     | 26   |
| 3.3 Sumber Data Penelitian .....         | 26   |
| 3.4 Informan Penelitian .....            | 27   |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....        | 27   |
| 3.6 Validasi Data.....                   | 28   |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....           | 28   |
| BAB IV .....                             | 30   |
| GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....    | 30   |
| A. Gambaran Umum Lokasi .....            | 30   |
| B. KECAMATAN BINA WIDYA .....            | 32   |
| BAB V .....                              | 37   |

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

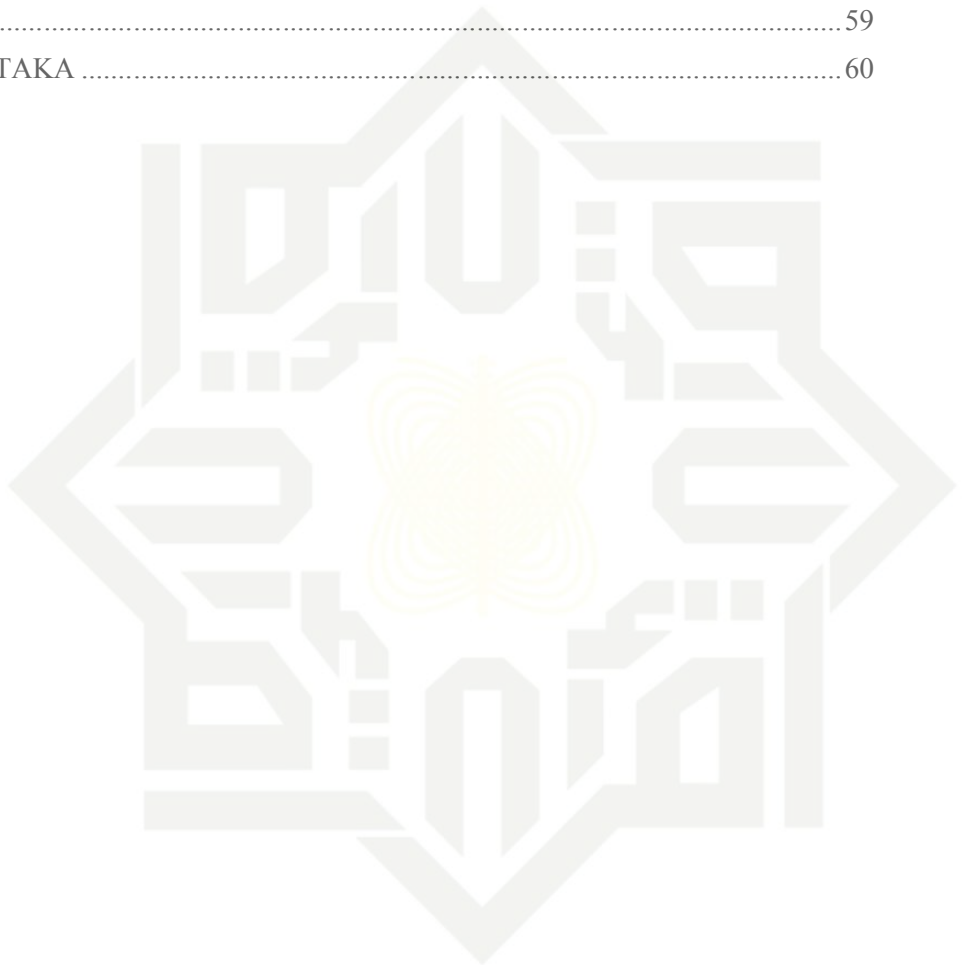
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

|                            |    |
|----------------------------|----|
| HASIL DAN PEMBAHASAN ..... | 37 |
| A. Hasil Penelitian .....  | 37 |
| B. Pembahasan .....        | 52 |
| BAB VI .....               | 58 |
| PENUTUP .....              | 58 |
| A. Kesimpulan .....        | 58 |
| B. Saran .....             | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA .....       | 60 |



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR GAMBAR

|                   |    |
|-------------------|----|
| Gambar 4. 1 ..... | 34 |
| Gambar 4. 2 ..... | 35 |
| Gambar 4. 3 ..... | 36 |



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bahasa sebagai alat komunikasi atau alat untuk menjalin interaksi antara yang satu dengan yang lainnya merupakan sebuah aspek yang sangat dibutuhkan atau sangat berperan penting. Pemberian nama tempat usaha merupakan salah satu bagian yang penting dalam strategi pemasaran suatu bisnis. Di tengah globalisasi dan interkoneksi antarnegara, penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional telah meresap ke dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia bisnis. Fenomena ini juga terlihat di Kota Pekanbaru, di mana banyak pelaku usaha lokal memilih menggunakan bahasa Inggris dalam memberi nama tempat usaha mereka. Era globalisasi akan menyentuh semua aspek kehidupan, termasuk bahasa, bahasa yang semakin global dipakai oleh semua bangsa di dunia ialah bahasa Inggris, yang pemakaiannya lebih dari satu miliar (*PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DAN BAHASA INGGRIS DALAM MENUNJANG ILMU PENGETAHUAN DI ERA GLOBAL*)

Dengan adanya perkembangan teknologi tidak dipungkiri bahwa anak muda sekarang kurang memahami penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Banyak dari mereka telah terpengaruh oleh budaya luar dan penggunaan bahasa asing yang lebih modern. Sehingga dengan sendirinya bahasa Indonesia tersingkir secara perlahan. Secara tidak langsung globalisasi telah mempengaruhi keadaan dan perkembangan bahasa Indonesia. Baik dari pengaruh positif maupun pengaruh negatif.

Perubahan bahasa berarti perubahan budaya. Kata-kata yang jarang didengar akan menyebabkan pergeseran peran bahasa Indonesia oleh bahasa asing akibat kemunculan budaya global di Indonesia. Pergeseran peran bahasa Indonesia berhubungan dengan kehidupan sosial dalam hal penginternasionalan budaya. Bahasa Asing akan menguasai seluruh dunia di masa globalisasi karena bahasa Asing adalah bahasa dunia yang digunakan oleh seluruh negara saat melakukan kerja sama. Hal ini menimbulkan banyak hambatan bagi Indonesia untuk mempertahankan bahasa dan budaya mereka. Pergeseran peran bahasa Indonesia dalam berbagai penggunaan dalam kegiatan maupun pada usaha di masyarakat lebih banyak memakai istilah asing seperti membuat suatu merek dalam usaha yang tak jarang dibuat menggunakan bahasa asing yang sebagian bahasanya tak dimengerti oleh masyarakat yang lain dan juga menyebabkan berkurangnya rasa cinta terhadap Bahasa Indonesia itu sendiri (Wijana, 2021)

Penggunaan bahasa Inggris dalam pemberian nama tempat usaha di Kota Pekanbaru mencerminkan dinamika perubahan sosial dan ekonomi

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam masyarakat. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang motivasi di balik penggunaan bahasa Inggris, dampaknya terhadap citra bisnis, dan bagaimana hal tersebut mencerminkan identitas lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki fenomena tersebut dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran bahasa asing dalam konteks pemberian nama tempat usaha di Kota Pekanbaru. (*PERANAN BAHASA TERHADAP PENAMAAN TEMPAT DI BOGOR (LANGUAGE RULE IN NAMING PLACE IN BOGOR)*, t.t.)

Pada peraturan Presiden (Perpres) Nomor Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo pada 30 September 2019 juga mengatur penggunaan Bahasa Indonesia dalam kata dengan penggunaan nama geografi, nama badan hukum, hingga merek dagang. Dalam peraturan ini, bahasa Indonesia wajib digunakan pada penamaan geografi di Indonesia, baik penamaan geografi baru atau penggantian nama geografi lama. Penggunaan bahasa Indonesia dalam penamaan geografi ini, dilakukan dengan memperhatikan :

1. Norma kesusilaan dan kepatutan
2. Karakteristik geografi
3. Unsur sejarah atau tokoh.

Dalam peraturan presiden dalam pasal 3 ayat 1 menyatakan bahwa : dalam hal geografi memenuhi nilai sejarah, budaya, adat-istiadat, atau keagamaan, menurut Perpres ini, nama geografi dapat menggunakan Bahasa Daerah atau Bahasa Asing yang ditulis dengan menggunakan aksara latin. “Bahasa Indonesia wajib digunakan pada nama bangunan atau gedung, apartemen atau permukiman, perkantoran, dan kompleks perdagangan yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia,”

Dalam hal bangunan atau gedung, apartemen atau permukiman, perkantoran, dan kompleks perdagangan memiliki nilai sejarah, budaya, adat-istiadat, atau keagamaan dan nama geografi dapat menggunakan bahasa daerah atau bahasa asing. Bahasa Indonesia dalam peraturan presiden tersebut wajib digunakan pada nama jalan yang meliputi :

1. Jalan provinsi
2. Jalan kabupaten
3. Jalan kota
4. Jalan desa
5. Jalan tol
6. Jalan bebas hambatan
7. Jalan khusus.

Bunyi pasal 34 ayat 3 menjelaskan bahwa “Dalam pembuatan nama



pada jalan dengan bahasa daerah atau bahasa asing mempunyai nilai sejarah, budaya, adat-istiadat, dan keagamaan. Merek dagang dan lembaga usaha dalam peraturan ini juga menegaskan bahwa Bahasa Indonesia wajib digunakan pada merek dagang yang berupa kata oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia. Penggunaan Bahasa Indonesia pada nama merek dagang sebagaimana dimaksud dikecualikan untuk merek dagang yang merupakan lisensi asing.

Bunyi Pasal 35 ayat (3) Peraturan presiden ini menjelaskan “Dalam hal merek dagang sebagaimana dimaksud memiliki nilai sejarah, budaya, adat-istiadat, atau keagamaan, nama merek dagang dapat menggunakan Bahasa Daerah atau Bahasa Asing.”

Bunyi Pasal 40 ayat (4) Peraturan presiden menyatakan bahwa Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya melakukan pengawasan terhadap penggunaan Bahasa Indonesia. Pengawasan penggunaan Bahasa Indonesia oleh Pemerintah Pusat dilaksanakan oleh Menteri, sedangkan pengawasan penggunaan Bahasa Indonesia oleh Pemerintah Daerah dilaksanakan oleh gubernur bupati ataupun walikota sesuai dengan kewenangannya.

Bunyi Pasal 42 ayat (4) Peraturan presiden menyatakan “Untuk pelaksanaan pengawasan sebagaimana dimaksud, Menteri (yang melaksanakan urusan pemerintah di bidang pendidikan) menetapkan pedoman pengawasan penggunaan Bahasa Indonesia,” (Humas, 2019)

Perubahan demografi dan globalisasi merupakan faktor kunci dalam memahami fenomena penggunaan bahasa asing dalam penamaan tempat usaha di Kota Pekanbaru. Sebagai kota yang mengalami pertumbuhan ekonomi pesat dan peningkatan populasi, Pekanbaru telah menjadi pusat aktivitas bisnis dan perdagangan yang semakin terintegrasi dengan ekonomi global. Ada beberapa faktor yang menjadi tolak ukur dalam perkembangan ekonomi ataupun bisnis yang terjadi pada saat ini seperti banyak kota di Indonesia yang sedang berkembang, pekanbaru juga mengalami lonjakan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ini menarik banyak investor dan pelaku bisnis untuk membuka usaha di berbagai sektor, termasuk ritel, kuliner, dan jasa. Dalam upaya membedakan diri dan menarik perhatian pasar yang semakin kompetitif, penggunaan bahasa asing dalam penamaan tempat usaha dapat dianggap sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian dan menunjukkan citra internasional yang diinginkan. Globalisasi telah memudahkan akses informasi dan memperluas wawasan tentang tren dan praktik bisnis internasional. Pemilik usaha di Pekanbaru sering kali terinspirasi oleh praktik dan gaya bisnis yang populer di tingkat global. Penggunaan bahasa asing dalam penamaan tempat usaha tidak hanya

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mencerminkan aspirasi untuk terhubung dengan pasar global, tetapi juga sebagai upaya untuk menarik wisatawan atau pelanggan internasional yang semakin banyak mengunjungi kota ini. Pekanbaru juga mengalami diversifikasi demografi yang signifikan, dengan pendatang dari berbagai daerah di Indonesia dan luar negeri. Kehadiran masyarakat yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda mempengaruhi preferensi konsumen dan persepsi terhadap penamaan usaha. Penggunaan bahasa asing dapat menjadi titik temu atau bahkan strategi inklusif untuk menjangkau pelanggan dari berbagai latar belakang budaya. Perkembangan media sosial dan tren digital juga berpengaruh besar terhadap cara usaha memposisikan merek mereka. Nama-nama yang menggunakan bahasa asing sering kali lebih menarik untuk digunakan dalam pemasaran online dan memperluas jangkauan pasar potensial melalui platform-platform digital.

Dengan mempertimbangkan perubahan demografi dan pengaruh globalisasi ini, penelitian tentang makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di Pekanbaru dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dan memengaruhi strategi pemasaran serta identitas budaya lokal di era yang semakin terhubung global.

Selain itu, menurut peraturan ini, bahasa Indonesia wajib digunakan pada nama lembaga usaha yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia. Dalam hal badan hukum Indonesia sebagaimana dimaksud berbentuk perseroan terbatas, menurut peraturan presiden ini, kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia hanya berlaku bagi perseroan terbatas yang seluruh sahamnya dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia. “Dalam hal lembaga usaha sebagaimana dimaksud memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, atau keagamaan, nama lembaga usaha dapat menggunakan Bahasa Daerah atau Bahasa Asing”.

Penggunaan bahasa asing sering kali digunakan untuk menciptakan daya tarik tertentu terhadap konsumen. Dalam konteks Pekanbaru yang semakin terbuka terhadap globalisasi, pengusaha mungkin menggunakan bahasa asing seperti bahasa Inggris atau bahasa lain untuk memberikan kesan modern, eksklusif, atau internasional bagi tempat usaha mereka. Hal ini dapat membantu membedakan mereka dari pesaing lokal dan menarik segmen pasar yang lebih luas, termasuk turis atau ekspatriat yang tinggal sementara di kota tersebut. Dalam beberapa kasus, penggunaan bahasa asing dapat mencerminkan atau dianggap sebagai standar atau kualitas internasional yang diinginkan oleh konsumen. Misalnya, restoran atau toko dengan nama berbahasa Prancis atau Italia bisa dianggap memiliki kualitas atau gaya yang lebih tinggi, meskipun mereka mungkin berlokasi di kota kecil atau tengah-

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tengah Pekanbaru. Di era digital saat ini, nama-nama berbahasa asing sering kali lebih mudah diingat dan lebih menarik di platform media sosial dan pencarian online. Ini membantu dalam meningkatkan visibilitas dan keterlibatan online, serta memudahkan perusahaan untuk membangun dan memperkuat merek mereka di lingkungan digital yang kompetitif.

Hal ini juga terjadi di Daerah Pekanbaru Riau banyak toko maupun usaha yang memiliki merek diluar bahasa daerah maupun bahasa Indonesia. Ini juga merambah pada pedagang di tingkat kecamatan, diantaranya Kec. Bina Widya. Di kecamatan ini peneliti melihat ada beberapa tempat usaha yang memiliki merek dengan bahasa asing diantaranya ada :

| Nama Toko              | Bahasa Asing     |
|------------------------|------------------|
| Miss Glam              | Bahasa inggris   |
| Momoyo                 | China            |
| Mixue                  | China            |
| Takoyaki febri         | Jepang           |
| Thara steak            | Inggris          |
| Lumpia beef            | Inggris          |
| Get drink              | Inggris          |
| Ice tea                | Inggris          |
| Room house             | Inggris          |
| Luca ice cream         | Inggris/perancis |
| Natura coffe and space | Inggris          |
| Sari jaya optical      | Inggris          |
| Amanah Steak and shake | Inggris          |
| Rotte bakery           | Inggris          |
| D'oven                 | Inggris          |
| Chocolate changer      | Inggris          |
| D'booster              | Inggris          |
| Bouket pku             | Inggris          |
| Indah florist          | Inggris          |
| Limiso store           | Inggris          |

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti ingin mengangkat judul yaitu Makna Penamaan Bahasa Asing Pada Tempat Usaha Dikota Pekanbaru.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.2 Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian maka penulis sekiranya perlu untuk memberikan penegasan serta penjelasan sebagai berikut:

### 1. Makna Penamaan

Menurut Mansoer Pateda (2001:79) mengemukakan bahwa istilah makna merupakan kata-kata dan istilah yang membingungkan. Makna tersebut selalu menyatu pada tuturan kata maupun kalimat.

Menurut Ullman (dalam Mansoer Pateda, 2001:82) mengemukakan bahwa makna adalah hubungan antara makna dengan pengertian. Dalam hal ini Ferdinand de Saussure (dalam Abdul Chear, 1994:286) mengungkapkan pengertian makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik.

Dalam Kamus Linguistik, pengertian makna dijabarkan menjadi yaitu maksud pembicara, Pengaruh penerapan bahasa dalam pemakaian persepsi atau perilaku manusia atau kelompok manusia, Hubungan dalam arti kesepadanan atau ketidak sepadanan antara bahasa atau antar ujaran dan semua hal yang ditunjukkannya, dan Cara menggunakan lambang-lambang bahasa (Aminuddin (1998:50) mengemukakan bahwa makna merupakan hubungan antara bahasa dengan bahasa luar yang disepakati oleh pemakai bahasa sehingga dapat saling mengerti.

Penamaan adalah proses memberikan nama atau label kepada suatu objek, konsep, atau entitas tertentu. Ini adalah cara untuk mengidentifikasi atau mengacu pada sesuatu secara spesifik atau umum. Penamaan dapat dilakukan dalam berbagai konteks, seperti dalam bahasa pemrograman untuk variabel atau fungsi, dalam dunia ilmiah untuk spesies baru, dalam lingkungan bisnis untuk merek produk, dan dalam kehidupan sehari-hari untuk orang, tempat, atau benda. Penamaan yang jelas dan konsisten sangat penting untuk komunikasi yang efektif dan untuk menghindari kebingungan. (Mulyadi, 2019)

### 2. Bahasa

Bahasa merupakan suatu ungkapan yang mengandung maksud untuk menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Sesuatu yang dimaksudkan oleh pembicara bisa dipahami dan dimengerti oleh pendengar atau lawan bicara melalui bahasa yang diungkapkan. (Auranissa Hernanda dkk., 2022)

Secara lebih umum, "bahasa" dapat diartikan sebagai sistem komunikasi yang digunakan oleh suatu kelompok manusia untuk menyampaikan ide, gagasan, dan informasi. Bahasa dapat berupa sistem lisan atau tulisan yang terdiri dari kumpulan simbol atau kata-kata dengan aturan tertentu.

Bahasa Asing mengacu pada bahasa yang berasal dari Inggris dan merupakan salah satu bahasa yang paling banyak digunakan di dunia. Bahasa ini adalah bahasa resmi di banyak negara dan seringkali digunakan sebagai bahasa internasional untuk komunikasi bisnis, pendidikan, dan hubungan internasional. Bahasa Inggris memiliki dua bentuk utama: bentuk lisan (*spoken*) dan bentuk tulisan (*written*). Selain itu, terdapat berbagai variasi dialek dan aksen bahasa Inggris, tergantung pada wilayah geografis dan budaya. Bahasa Inggris juga memiliki status sebagai lingua franca global, artinya banyak orang yang bukan penutur asli bahasa Inggris menggunakan bahasa ini untuk berkomunikasi lintas budaya. (Mulyadi, 2019)

### 3. Tempat Usaha

Penamaan tempat usaha atau bisnis seringkali disebut sebagai *branding* atau identitas merek. Ini melibatkan proses memberikan nama, logo, dan elemen-elemen desain lainnya untuk menciptakan citra dan pengenalan unik bagi bisnis tersebut. Pemberian nama pada tempat usaha bisa ditentukan oleh berbagai faktor, dan keputusan tersebut biasanya merupakan hasil dari pertimbangan-pertimbangan strategis dan kreatif. Penamaan tempat usaha dapat memainkan peran kunci dalam menciptakan kesan yang kuat pada pelanggan dan membedakan bisnis dari pesaing. (Mulyadi, 2019)

### 13 Ruang Lingkup Kajian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ruang lingkup yang menjadi kajian pada penelitian ini adalah toko yang memiliki merek dalam bahasa inggris karena di Kec. Bina Widya setelah dilakukannya pra survey oleh penulis lebih banyak ditemukannya merek toko yang menggunakan bahasa inggris.

### 14 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, permasalahan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Makna Penamaan Bahasa Asing Pada Tempat Usaha Di Kota Pekanbaru”

### 15 Tujuan dan kegunaan penelitian

#### 1.5.1 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Makna Penamaan Bahasa Asing Pada Tempat Usaha Di Kota Pekanbaru.

#### 1.5.2 Kegunaan penelitian

Penulis berharap adanya penelitian ini dapat berguna dan memberi manfaat yang baik secara teoritis dan praktis



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi untuk perkembangan komunikasi pemasaran dan komunikasi massa serta mengetahui bagaimana seharusnya menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dalam penamaan suatu tempat dan menjadi dasar tolak ukur dalam memperkaya wawasan kalangan akademisi mengenai proses pemasaran khususnya dalam konteks kehumasan dan sebagai persyaratan skripsi dalam memperoleh gelar sarjana S1 pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi. Semoga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar sesuai perkembangan keilmuan didunia komunikasi yang semakin pesat.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan edukasi guna melakukan implementasi pemberian nama tempat usaha dalam menarik minat konsumen dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen serta membangun citra yang baik di masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal skripsi yang diajukan untuk memberikan gambaran dari permasalahan utama yang meliputi uraian ringkas pada masing- masing bab. Berikut sistematika penulisan ini sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan peneliti, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan landasan teori yang mendasari pembahasan secara detail dan digunakan untuk menganalisis sebagai dasarnya, hasil dari kajian terdahulu, dan informasi yang lain dengan membentuk kerangka teori dalam penyusunan penelitian ini.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan metode yang dipilih untuk memperoleh jawaban atas permasalahan, populasi dan sampel, data, Teknik pengumpulan data, variable penelitian, analisis data dan pengujian hipotesisnya.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

**BAB VI : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan simpulan dan saran dari keterbatasan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II LANDASAN TEORI

### 2.1 Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan sangat penting digunakan sebagai dasar dalam penyusunan penelitian ini. Manfaatnya ialah mengetahui hasil yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan menjadi perbandingan dari gambaran yang dilakukan pada penelitian berikutnya:

**1. Penelitian berupa jurnal oleh Janetri Suti Wahyuni, Dian Eka Chandra Wardhana, Ngudining Rahayu, pada tahun 2022 dengan judul “Penggunaan Bahasa Asing di Ruang Publik Kota Bengkulu”.**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang didapat adalah partisipan yang menggunakan bahasa asing di ruang publik Kota Bengkulu digunakan oleh tiga pihak lembaga yaitu (1) lembaga usaha, (2) lembaga pendidikan, dan (3) lembaga pemerintah. Penggunaan bahasa asing oleh lembaga usaha dan lembaga pendidikan sebagai penamaan mempunyai maksud dan tujuan untuk (1) menarik pembeli dan (2) menarik pengguna jasa. Penggunaan bahasa asing oleh lembaga pemerintah mempunyai maksud dan tujuan untuk menyampaikan informasi serta anjuran kepada publik. Penggunaan bahasa di ruang publik Kota Bengkulu ditemukan dalam bentuk kata dan frase. Jenis frase yaitu frase nominal, frase verbal, dan frase adjektival. Data penelitian didapatkan dari kata atau frase bahasa asing yang terdapat di ruang publik Kota Bengkulu.. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan fenomena penggunaan bahasa asing di ruang publik Kota Bengkulu. . Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel, objek, lokasi yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai penggunaan bahasa indonesia pada media ruang publik di kota pekanbaru, sedangkan penelitian ini membahas mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan bahasa sebagai media yang diteliti dan menjadikan kota pekanbaru sebagai lokasi yang telah dipilih untuk kota tempat penelitian. (Wahyuni dkk., 2022)

**2. Penelitian berupa jurnal oleh Nuramila dengan judul “Fenomena Penggunaan Bahasa Asing dan Daerah Dalam Penamaan Tempat Usaha Di Kota Gorontalo”.**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan bahasa asing dan daerah dalam penamaan tempat usaha di kota Gorontalo, diperoleh bahwa



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masih ditemui nama toko yang menggunakan bahasa asing dalam hal ini seperti bahasa Inggris pada nama toko. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan fenomena penggunaan bahasa asing dan daerah dalam penamaan tempat usaha di kota Gorontalo. . Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel, objek, lokasi yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai penggunaan bahasa indonesia pada media ruang publik di kota pekanbaru, sedangkan penelitian ini membahas mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan bahasa sebagai media yang diteliti dan menjadikan kota pekanbaru sebagai lokasi yang telah dipilih untuk kota tempat penelitian. (Nuramila, 2023)

**3. Penelitian berupa jurnal oleh Ismatul Khasanah, Dwita Laksmi, Rosa Da Cosa Tilman, Roy Rizki pada tahun 2020 dengan judul “Fenomena Penggunaan Bahasa Asing dalam Penamaan Bisnis Kuliner di Kawasan Soekarno Hatta Kota Malang”.**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana mendeskripsikan data-data yang dikumpulkan dari hasil pengisian angket atau kuesioner dan interviu. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa para pengusaha pada umumnya menggunakan papan nama untuk menandai bisnis mereka. Papan nama tersebut biasanya dipampang didepan toko atau ruko, dan sebagainya tempat bisnis mereka dijalankan. Mereka seringkali mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dan harapan-harapan tertentu terhadap nama yang telah dipilihnya. Harapan-harapan itu tentu berbedabeda antara pelaku bisnis yang satu dengan pelaku bisnis yang lain. Menurut wawancara, sebagian dari pelaku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seluk-beluk penamaan bisnis kuliner oleh pemiliknya dan untuk mengetahui tingkat penguasaan dan kesadaran berbahasa oleh para pemilik bisnis kuliner. . Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel, objek, lokasi yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai penggunaan bahasa indonesia pada media ruang publik di kota pekanbaru, sedangkan penelitian ini membahas mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan bahasa sebagai media yang diteliti dan menjadikan kota pekanbaru sebagai lokasi yang telah dipilih untuk kota tempat penelitian. (Khasanah dkk., 2015)

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**4. Penelitian berupa jurnal oleh Fatmahwati A pada tahun 2018 dengan judul “PENGUNAAN BAHASA INDONESIA PADA MEDIA RUANG PUBLIK DI KOTA PEKANBARU”.**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik dan teknik interpretatif, data dianalisis dengan mengacu pada kajian literatur. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan bahasa Indonesia yang sesuai dengan kaidah dalam penamaan toko atau tempat usaha merupakan salah satu bentuk sikap penghargaan dan sekaligus penghormatan terhadap bahasa yang lebih bermartabat. responden menggunakan bahasa asing adalah: (1) tidak mengetahui adanya landasan hukum (undang-undang) penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik, (2) menganggap bahasa asing memiliki prestise yang lebih tinggi, (3) menilai masyarakat lebih tertarik dan menyukai bahasa asing, dan (4) menganggap istilah asing lebih umum dipakai. Penyebab kesalahan penggunaan bahasa Indonesia adalah: (1) tidak mengetahui kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar, (2) menganggap kaidah bahasa Indonesia tidak penting dipelajari, dan (3) menilai masyarakat tidak mempermasalahkan kaidah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan fenomena penggunaan bahasa di ruang publik dan faktor-faktor yang memengaruhi. Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel, objek, lokasi yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai penggunaan bahasa Indonesia pada media ruang publik di kota pekanbaru, sedangkan penelitian ini membahas mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan bahasa sebagai media yang diteliti dan menjadikan kota pekanbaru sebagai lokasi yang telah dipilih untuk kota tempat penelitian. (Fatmahwati A, 2019)

**5. Penelitian berupa jurnal oleh Ajar Pradika Ananta Tu, pada tahun 2017 dengan judul “POTRET SOSIOLINGUISTIK PADA PENGGUNAAN BAHASA INGGRIS SEBAGAI ALAT BRANDING DI D.I.YOGYAKARTA”.**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, data diperoleh melalui proses rekaman menggunakan kamera digital. Data yang diambil berupa potret penggunaan bahasa Inggris sebagai alat branding dan rekaman wawancara dengan pelaku bisnis menggunakan strategi purposive sampling. Data tersebut kemudian dikategorisasikan sebelum dianalisis dengan sudut pandang deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah memperlihatkan penggunaan bahasa Inggris sebagai alat branding dalam berbagai komponen seperti nama badan usaha, nama produk/layanan, slogan/jargon dan promosi

dalam bentuk ortografi dan bunyi. Selain itu, alasan pemilihan bahasa oleh pelaku bisnis menunjukkan tren pasar bahwa bahasa Inggris memiliki nilai jual yang tinggi, trendi, dan mudah dikreasikan bentuk kebahasaannya. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan komponen branding berbahasa Inggris yang ditemukan selama penelitian, menjelaskan alasan penggunaan bahasa Inggris sebagai alat branding dari sudut pandang pemilik badan usaha, dan memaparkan perilaku masyarakat terhadap penggunaan bahasa Inggris sebagai alat branding. Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada bagian objek serta studi kasus dan juga informan yang berbeda. (Tur & Maftukhin, 2017)

**6. Penelitian berupa jurnal oleh Agus Trioni Nawa pada tahun 2023 dengan judul “Penggunaan Bahasa Inggris pada Usaha Kuliner: Tujuan Produsen dan Perspektif Konsumen”.**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dimana pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan kondisi real lapangan yang kemudian dipaparkan berdasarkan analisis yang mendalam sesuai dengan teori. Penelitian ini dilakukan pada bisnis kuliner yang ada di Kota Metro. Hasil dari penelitian ini adalah para pelaku usaha kuliner di Kota Metro menggunakan bahasa Inggris untuk menamai tempat usahanya dan nama-nama menu yang ditawarkan yaitu: pertama, sebagai bentuk strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen dengan menghadirkan konsep berbeda sehingga dapat memunculkan rasa penasaran dibenak calon konsumen; kedua sebagai adaptasi jaman. Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang mayoritas di gunakan sebagai alat komunikasi di negara persemakmuran dan umum digunakan pada konteks luas (teknologi, informasi, dan lain sebagainya) dianggap sebagai bahasa kekinian yang lebih modern daripada Bahasa Indonesia. Persepsi masyarakat terhadap fenomena penggunaan Bahasa Inggris pada tempat usaha kuliner dan menu-menu makanan yang ditawarkan ada empat. Pertama, kebijakana menggunakan Bahasa Inggris untuk menamai menu-menu makanan terkesan unik dan dapat menumbuhkan rasa penasaran untuk mencoba. Kedua, Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang dapat lebih memberikan kesan modern, keren, international, professional, mahal, kelas sosial atas, trendy, mewah. Ketiga, khusus untuk anak muda. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui penggunaan bahasa Inggris pada usaha kuliner di Kota Metro dan mengetahui bagaimana perspektif masyarakat (konsumen) atas fenomena tersebut dengan melibatkan 149 orang responden. Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel, objek, lokasi yang digunakan. Penelitian sebelumnya



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

membahas mengenai penggunaan bahasa indonesia pada media ruang publik di kota pekanbaru, sedangkan penelitian ini membahas mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan bahasa sebagai media yang diteliti dan menjadikan kota pekanbaru sebagai lokasi yang telah dipilih untuk kota tempat penelitian. (Nawa, 2023)

**7. Penelitian berupa jurnal oleh Krishandini dan Defina pada tahun 2021 dengan judul “Peranan Bahasa Terhadap Penamaan Tempat Di Bogor”.**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Sifat penelitian adalah deskriptif analisis, populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Bogor. Hasil dari penelitian ini wawancara yang mendalam, mereka mengatakan bahwa beberapa tempat wisata yang menunjukkan kedaerahan, masih tetap mempertahankan penamaannya dengan bahasa Sunda, meskipun bahasa asing juga marak. Sebanyak 41% responden menyatakan bahwa bahasa Sunda lebih tepat untuk penamaan tempat di Bogor. Hal ini memperlihatkan sikap positif terhadap bahasa Sunda. Mereka tetap memiliki kebanggaan terhadap bahasanya.. Tujuan dari penelitian ini ada dua yaitu mendeskripsikan tanggapan masyarakat Bogor terhadap pemakaian bahasa asing dalam pemberian nama gedung dan fasilitas umum, mendeskripsikan solusi yang diberikan oleh masyarakat. Populasi penelitian adalah masyarakat Bogor dengan jumlah sampel 50 responden. Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel, objek, lokasi yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai penggunaan bahasa indonesia pada media ruang public di kota pekanbaru, sedangkan penelitian ini membahas mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan bahasa sebagai media yang diteliti dan menjadikan kota pekanbaru sebagai lokasi yang telah dipilih untuk kota tempat penelitian. (*PERANAN BAHASA TERHADAP PENAMAAN TEMPAT DI BOGOR (LANGUAGE RULE IN NAMING PLACE IN BOGOR)*, t.t.)

**8. Penelitian berupa jurnal oleh Itaristanti pada tahun 2020 dengan judul “Pengutamaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik Pada Nama Tempat Usaha di Jalan Perjuangan Kota Cirebon”.**

Penelitian ini menggunakan metode simak dan dokumentasi. Metode simak direalisasikan dengan teknik simak bebas libat cakap yang dilanjutkan dengan teknik catat. Dokumentasi dilakukan dengan pengambilan foto.

Analisis data dilakukan dengan metode padan dengan daya pilah translasional dan metode distribusional atau metode agih. Metode distribusional dilakukan dengan teknik balik. Sementara itu, penyajian hasil analisis data dilakukan dengan metode informal atau metode deskriptif, yaitu penyajian dengan kata-kata biasa. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa penamaan tempat-tempat usaha di Jalan Perjuangan ada yang berbentuk: kata, frasa, dan majemuk. Sementara itu, dari segi bahasa yang digunakan, ada tempat usaha yang berbahasa Indonesia, Inggris, Jawa, Jepang, Cina, perpaduan antara bahasa Indonesia dan Inggris, serta perpaduan antara bahasa Jawa dan Inggris. Selain itu, ditemukan pula kata-kata yang tidak tepat, baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penamaan tempat-tempat usaha di Jalan Perjuangan, Kota Cirebon, Jawa Barat dan kaitannya dengan upaya pengutamaan bahasa Indonesia di ruang publik. Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel, objek, lokasi yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai penggunaan bahasa Indonesia pada media ruang publik di kota pekanbaru, sedangkan penelitian ini membahas mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru. Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah sama-sama menjadikan bahasa sebagai media yang diteliti dan menjadikan kota pekanbaru sebagai lokasi yang telah dipilih untuk kota tempat penelitian. (Itaristanti, 2020)

## 2.2 Landasan Teori

Gambaran pernyataan mengenai penelitian yang akan diteliti oleh penulis dalam menemukan tujuan dari penelitian. Peran teori dalam penelitian adalah untuk melayani sebagai arah dalam penyelidikan, peneliti dapat memilih konsep dan deskripsi yang dapat diterima dan menetapkan tujuan dan jalur penelitian mereka dengan bantuan teori. (Rachmadi & Kom, 2020).

Dalam penjabaran diatas dapat diambil teori yang digunakan adalah teori chaer (2019). Teori Chaer adalah sebuah teori yang dikemukakan oleh Prof. Abdul Chaer, seorang ahli linguistik Indonesia. Teori ini banyak dipergunakan dalam kajian bahasa dan linguistik di Indonesia. Teori Chaer berfokus pada analisis makna dan struktur bahasa dalam konteks sosial dan budaya, serta bagaimana bahasa digunakan dalam interaksi manusia sehari-hari. Teori chaer adalah teori yang menganggap bahasa adalah sebuah sistem, artinya bahasa dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat diberikan makna. (Nuha dkk., 2022) Teori komunikasi menurut Chaer ada 4 pertanyaan yang akan dipertanyakan dan dijawab dalam melihat proses pemilihan bahasa dalam penamaan tempat usaha, yaitunya mengandung arti,

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

brand awareness, unsur nama keluarga serta keunikan dan kreatif.

Oleh sebab itu penulis menggunakan teori yang akan menjadi referensi dalam memberikan paradigma studi penulis seperti :

- a. Jika dicermati lebih jauh nama usaha yang mengandung arti mempunyai makna yang bahasa mengarah ke arti positif. Sebab, dengan memilih nama yang mempunyai arti positif, sama artinya doa agar usaha sukses. Hindari kata-kata yang berkonotasi negatif. Biasanya, kata yang berkonotasi negatif akan cepat hilang, atau mudah dilupakan.
- b. Brand awareness merujuk pada tingkat pengenalan atau kesadaran konsumen maupun pemilik terhadap merek yang digunakan. Ini mencakup sejauh mana konsumen mengenali merek, bisa mengidentifikasi logo atau simbol merek, dan memahami nilai atau pesan yang terkait dengan merek dari usaha tersebut.
- c. Nama keluarga dapat memberikan kesan kepercayaan dan kestabilan kepada konsumen. Konsumen mungkin merasa lebih percaya diri membeli produk atau menggunakan layanan dari usaha yang dikenal sebagai usaha keluarga, karena mereka mengasosiasikannya dengan nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, dan perhatian terhadap pelanggan.
- d. Nama unik dan kreatif dapat membantu memperkuat identitas merek dan membedakan usaha tersebut dari pesaingnya. Nama yang mencolok dan tidak biasa dapat membantu usaha untuk lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. (Fatah dkk., 2021)

Teori ini juga dapat membantu memahami bagaimana menentukan makna dalam penamaan tempat usaha dan bagaimana makna tersebut dapat dipahami atau diinterpretasikan.

### 1. Penamaan

Istilah penamaan bahwa proses pencarian lambang bahasa yang berfungsi untuk menggambarkan objek, konsep, proses dan sebagainya. Selain itu, penamaan digunakan untuk perbendaharaan yang ada antara lain dengan perubahan makna yang mungkin atau dengan penciptaan kata atau kelompok kata. Penamaan adalah proses pencarian lambang bahasa untuk menggambarkan objek, konsep, proses, biasanya dengan memanfaatkan pembendaharaan yang ada (Kridalaksana, 1993: 160).

Arti dari penggunaan bahasa asing tidak banyak diketahui oleh masyarakat karena faktor yang melatarbelakangi perubahan sosial.

Penamaan tempat usaha terdiri atas dua unsur, yaitu nama diri dan istilah. Penamaan tempat usaha merupakan lambang bahasa yang melekat pada tempat usaha sebagai informasi atau gagasan mengenai dunia usaha dan



permarkah identitas. Penamaan tempat usaha telah diatur dalam undang-undang bahasa, bendera, dan lambang negara dengan mengutamakan penggunaan bahasa Indonesia. Dalam bisnis offline maupun online, nama usaha seperti kekuatan magis untuk menguatkan brand di tengah masyarakat. Oleh karena itu, pemilihan nama usaha harus dipikirkan secara matang. Akurasi dalam pemberian nama usaha nantinya memberi dampak signifikan pada kesuksesan bisnis. Kalau pemberian namanya tidak tepat, bisa berakibat gagalnya bisnis terkoneksi dengan konsumen.

Pemberian nama pada tempat usaha adalah proses pemilihan dan penentuan nama untuk suatu tempat atau lokasi di mana bisnis atau kegiatan usaha dijalankan. Nama tempat usaha memiliki peran penting dalam menciptakan identitas, memberikan kesan, dan menarik perhatian pelanggan. (Margianto, 2022)

Pasal 36 ayat 3 undang-undang 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. Penggunaan bahasa asing dan daerah diperbolehkan, jika Bahasa Indonesia menjadi bahasa utama yang dibaca pada penamaan bisnis tersebut. (Humas, 2019)

Ada beberapa langkah yang yang dapat dilakukan dalam penamaan tempat usaha, diantaranya :

### 1.1 Nama Mengandung Arti

Idealnya nama usaha yang tepat adalah yang mempunyai makna positif dan menjelaskan bisnis yang sedang dijalani. Misalnya kebab Baba Raffi sudah pasti pedagang ini menjual makanan khas timur tengah yaitunya kebab. Nama yang mengandung arti positif akan sama artinya dengan berdoa agar usaha berjalan sukses dan lancar. Menghindari kata yang berkonotasi negatif karena kata ini akan cepat hilang serta dilupakan. Nama usaha yang bagus dan mengandung arti positif juga akan mencerminkan identitas dan tujuan bisnis. Hal ini akan relevan dengan jenis serta layanan dari nama tempat usaha tersebut. Nama usaha tidak boleh yang merugikan ataupun yang melanggar undang-undang serta tidak menyinggung pihak ataupun individu tertentu. (Bola.com, 2023)

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.2 Brand Awareness

Brand awareness adalah kesadaran merek atau kemampuan konsumen mengingat dan mengenali suatu merek dengan baik. Kemampuan konsumen dalam mengenali dan mengingat suatu merek ini perlu sekali diciptakan dan dipelajari karena akan jadi faktor utama yang menentukan perilaku konsumen pada saat mereka perlu mengambil keputusan untuk melakukan suatu pembelian. Di saat yang sama, pemilik brand juga penting mempelajari perilaku konsumen demi meningkatkan kesadaran konsumen berkaitan dengan produk maupun layanan bisnis sehingga dapat merancang strategi promosi dan pemasaran yang tepat. (Arianty & Andira, 2021)

Brand awareness bertujuan untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan banyak cara. Semakin kuat image yang diciptakan maka semakin kuat pula nama brand yang akan di usung. Brand awareness dapat membantu dalam membangun jaringan informasi. Jaringan ini sangat bermanfaat agar informasi mengenai merek lebih mudah diterima oleh banyak orang. Contohnya, kafe yang baru berdiri memiliki brand awareness yang kuat sehingga banyak orang membicarakannya media sosial. (Cahyani & Sutrasmawati, 2016)

## 1.3 Nama Menggunakan Nama Keluarga

Menggunakan nama keluarga dalam nama tempat usaha bisa menjadi cara untuk mempertahankan warisan keluarga atau tradisi tertentu. Ini bisa menjadi cara untuk menghormati leluhur atau menghargai sejarah keluarga. Jika nama keluarga terkait dengan reputasi baik atau ketenaran di komunitas tertentu, menggunakan nama tersebut dalam bisnis bisa membantu membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen. Konsumen mungkin merasa lebih dekat atau percaya pada bisnis yang memiliki keterikatan dengan keluarga yang mereka kenal atau hormati, selain itu menggunakan nama keluarga dalam bisnis bisa membantu menciptakan identitas merek yang lebih personal. Ini bisa menjadi strategi branding yang kuat, terutama dalam bisnis-bisnis kecil atau usaha keluarga di mana hubungan personal dengan pelanggan sangat penting. Dalam beberapa kasus, nama keluarga bisa dianggap sebagai simbol kepemilikan lokal atau keterikatan dengan komunitas tempat bisnis tersebut berada. Ini bisa menjadi strategi untuk menarik pelanggan yang peduli dengan dukungan terhadap bisnis lokal. (Muhidin, 2021)

## 1.4 Nama Unik Dan Kreatif

Nama yang unik serta kreatif cenderung lebih mudah diingat oleh konsumen sehingga jika konsumen mencari produk atau layanan yang ditawarkan mudah untuk diingat, nama yang kreatif dan unik juga menjadi daya tarik tersendiri, terutama dalam era media sosial di mana konten yang

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menarik sering kali mendapatkan sorotan lebih banyak hal ini dapat membantu dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas bisnis. (Aprillisa, t.t.)

Selain ketersediaan (*availability*) daya tarik dari nama usaha yang bagus dapat berupa singkatan yang unik dan menarik.

## 2. Bahasa

Pada era globalisasi saat ini, bahasa asing menjadi aspek penting dalam penunjang nilai pribadi seseorang, khususnya mahasiswa. Sebagai akademisi, semakin tinggi kemampuan yang dikuasai maka akan semakin menunjukkan kualitas diri yang baik. Bahasa juga berperan besar dalam meningkatkan kemampuan kognitif seseorang. Tak mengherankan jika orang-orang dengan multibahasa terlihat lebih pintar. Peningkatan kemampuan dalam berbahasa asing dapat dimulai dari hal-hal yang disukai, contohnya mendengarkan musik dalam bahasa asing, menonton film, maupun membaca buku berbahasa asing. Ahli psikolinguistik Frank Smith bepedapat “anda tidak dapat melihat sudut pandang orang lain ketika anda hanya memiliki satu bahasa” Perkataan ini menegaskan bahwa kemampuan dalam berbahasa asing sangat penting untuk membantu seseorang dalam meningkatkan pengetahuannya dari beragam sudut pandang. (Auranissa Hernanda dkk., 2022)

Bahasa Inggris adalah salah satu bahasa asing yang pertama kali dituturkan di Inggris pada Abad Pertengahan Awal dan saat ini merupakan bahasa yang paling umum digunakan di seluruh dunia. Bahasa Inggris dituturkan sebagai bahasa pertama oleh mayoritas penduduk di berbagai negara, termasuk Britania Raya, Irlandia, Amerika Serikat, Kanada, Australia, Selandia Baru, dan sejumlah negara-negara Karibia, serta menjadi bahasa resmi di hampir 60 negara berdaulat. Bahasa Inggris adalah bahasa ibu ketiga yang paling banyak dituturkan di seluruh dunia, setelah bahasa Mandarin dan bahasa Spanyol. Bahasa Inggris juga digunakan sebagai bahasa kedua dan bahasa resmi oleh Uni Eropa, Negara Persemakmuran, dan Perserikatan Bangsa-Bangsa, serta beragam organisasi lainnya. (Nawa, 2023)

Bahasa Inggris secara resmi diajarkan sebagai bahasa asing di sekolah-sekolah Indonesia seiring dengan keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 1967. Sejak saat itu, perubahan menteri, kurikulum, keadaan politik, ekonomi dan perkembangan ilmu pendidikan, terus mewarnai perkembangan pengajaran Bahasa Inggris sebagai bahasa asing di Indonesia. Kemampuan menguasai Bahasa Inggris merupakan suatu keharusan dan menjadi salah satu elemen penting dari kemajuan negara karena Bahasa Inggris sudah ditetapkan sebagai bahasa internasional penguasaan Bahasa Inggris pada era modern ini menjadi prioritas penting sebagai salah satu



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tuntutan jaman. Menurut praktisi sumber daya manusia Krisna Parapat, meski tidak berdampak langsung pada pendapatan, kemampuan berbahasa Inggris yang baik dapat memudahkan peran angkatan kerja untuk meniti karir lebih gemilang di era industri 4.0. Melalui kemampuan ini mereka juga bisa meraih lebih banyak peluang karir di perusahaan multinasional dan startup atau bisnis rintisan karena makin banyak perusahaan multinasional menggunakan Bahasa Inggris sebagai alat komunikasi utama dalam menjalankan bisnis demi membangun komunikasi yang kuat antar tim di berbagai negara. Jika kemampuan berbahasa Inggris tidak memadai, milenial akan sulit bersaing di peta persaingan kerja. (Santoso, 2014)

Oleh Ferdinand De Saussure (1857-1913) seorang linguis Swiss yang terkenal karena kontribusinya dalam bidang linguistik dan bahasa. Dia dianggap sebagai salah satu pendiri linguistik modern dan telah mempengaruhi banyak pemikir dan ahli bahasa di seluruh dunia. Bahasa adalah sistem simbolis yang terdiri dari suara, kata, dan aturan gramatikal yang digunakan oleh sebuah komunitas untuk berkomunikasi. Sementara ujaran adalah penggunaan konkretnya dalam konteks tertentu. Dengan demikian, bahasa adalah abstrak, sementara ujaran adalah konkret. Konsep ini membuka jalan untuk pemahaman bahwa bahasa bukanlah sekadar kumpulan kata-kata, tetapi sebuah sistem yang terorganisir. Selanjutnya, Saussure memperkenalkan konsep sign (tanda), yang terdiri dari dua unsur: signifier (penanda) dan signified (yang ditandakan). Signifier adalah bentuk fisik tanda, seperti suara atau huruf, sedangkan signified adalah konsep atau ide yang ditunjukkan oleh tanda itu. Saussure menekankan bahwa hubungan antara signifier dan signified adalah arbitrari, artinya tidak ada hubungan alami antara bentuk fisik tanda dan maknanya. Hal ini terlihat dalam perbedaan antara bahasa yang berbeda, di mana kata yang sama memiliki signifier yang berbeda-beda tetapi maknanya tetap sama. Konsep berikutnya yang diperkenalkan oleh Saussure adalah bahwa bahasa bersifat sistematis. Ini berarti bahwa setiap unsur dalam bahasa saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Sebagai contoh, perubahan dalam satu aturan gramatikal dapat mempengaruhi cara kata-kata lain dipakai. (van Dis dkk., 2023)

### 3. Merek (*branding*)

#### 3.1 Definisi merek

Suatu merek sebagai salah satu bagian dari hierarki produk dapat memberikan tanda bagi konsumen mengenai sumber dari produk tersebut, dan dapat memberikan perlindungan bagi konsumen ataupun produsen dari para pesaing yang berusaha memberikan produk-produk

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang tampak identik.(Mulyadi, 2019)

Merek adalah sebuah nama, inisial, tanda, simbol, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksud untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari seorang penjual kelompok penjual dan untuk membedakan dari produk atau jasa pesaing. (Yohanna dkk., 2016)

### 3.2 Manfaat Merek

Merek pada suatu produk dapat memberikan berbagai manfaat baik itu bagi produsen maupun bagi konsumen. Hal ini ditunjang dengan semakin maraknya pasar yang menawarkan beragam produk yang kesemuanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. (Hartono, 2000)

Pride dan Ferrel memberikan penjelasan mengenai manfaat merek bagi masing-masing konsumen dan produsen, adalah:

1. Bagi Konsumen :
  - a) Membantu untuk mengidentifikasi produk tertentu yang mereka sukai atau tidak sukai sehingga mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk membeli suatu produk.
  - b) Membantu dalam mengevaluasi, terutama ketika mereka tidak mampu menilai ciri-ciri produk. Dengan demikian mereka dapat melambangkan tingkat mutu tertentu bagi pembeli.
  - c) Membantu mengurangi resiko ketika membeli suatu produk.
  - d) Menawarkan imbalan psikologis yang berasal dari pemikiran sebuah merek yang merupakan simbol status.
2. Bagi Produsen:
  - a) Mengidentifikasi produk-produk yang membantu pengulangan pembelian menjadi lebih mudah bagi pembeli.
  - b) Membantu dalam memperkenalkan suatu produk baru,
  - c) Membantu usaha-usaha promosi, karena promosi setiap produk yang bermerek serupa.

Membantu mengusahakan loyalitas merek. Loyalitas merek dapat mengalami penurunan, sebagian disebabkan oleh ketergantungan para pemasar pada penjualan kupon dan promosi jangka pendek lainnya dan sebagian lagi karena banyak munculnya produk baru. (Mulyadi, 2019)

### 3.3 Istilah Merek

Selain merek, ada beberapa istilah lain yang sangat berkaitan dengan merek pada suatu produk. Istilah-istilah tersebut menurut Bearden terdiri atas:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Merek (*Brand*) Yaitu sebuah nama istilah, tanda simbol atau desain, atau kombinasi dari semuanya ini, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan produk atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk atau jasa pesaing.
- b) Nama merek (*Brand Name*) Yaitu bagian dari suatu merek yang dapat dilafalkan atau diucapkan.
- c) Tanda merek (*Brand Mark*) Yaitu bagian dari suatu merek yang dikenal tetapi tidak dilafalkan seperti simbol, desain, atau semacamnya.
- d) Merek dagang (*Trademark*) Yaitu merek atau bagian dari suatu merek yang mendapatkan perlindungan hukum, karena mampu memperoleh hak eksklusif penjual untuk menggunakan nama mereka atau tanda merek.
- e) Hak cipta (*Copyright*) Yaitu hak sah untuk memproduksi, menerbitkan, dan menjual bahan dan bentuk tulisan, musik, atau karya seni. (Suminar, 2018)

Keputusan pemberian merek pada suatu produk harus dipilih secara hati-hati, baik itu untuk merek dalam bahasa asing ataupun tidak. Hal ini dikarenakan suatu merek dapat memberikan asosiasi positif ataupun negatif terhadap produk yang nantinya akan berpengaruh pada penerimaan dan evaluasi produk oleh konsumen. Dan dalam pemberian merek asing akan melekatkan citra dari negara asal bahasa dengan produk.

- a) Definisi Merek Asing.

Menurut Leclerc, Schmitt, dan Dube (1994): "*Foreign Branding is the strategy of spelling or pronouncing a Brand name in a foreign language*" arti definisi tersebut, pemberian merek asing adalah strategi pengejaan atau pengucapan sebuah merek kedalam bahasa asing. Definisi lain yang dipaparkan oleh Aaker (1996: 82): "*One more strategic option is to associate one's Brand with a country or region that will add credibility or it*" Definisi tersebut memiliki arti bahwa salah satu pilihan strategi adalah menghubungkan sebuah merek dengan suatu Negara atau kawasan yang akan menambahkan kredibilitas merek tersebut. Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa merek asing adalah pengejaan ataupun pengucapan sebuah merek dalam bahasa suatu Negara dan menghubungkan dengan sebuah Negara atau kawasan tempat bahasa asing tersebut berasal yang dapat menambah kredibilitas merek tersebut.

- b) Tujuan Pemberian Merek Asing

Melihat hubungan antara pemberian merek asing dengan persepsi yang akan ditimbulkan, maka pemberian merek dalam bahasa asing memiliki tujuan tertentu seperti yang telah dipaparkan oleh Charmasson (1988: 157) sebagai berikut:



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Menciptakan citra produk dengan menggunakan bahasa asing dari suatu negara, maka akan memberikan persepsi bahwa produk tersebut diproduksi oleh negara tersebut atau berhubungan dengan negara tersebut Sehingga citra yang ditimbulkan produk akan berhubungan dengan citra dimana bahasa negara tersebut berasal.
- b) Meningkatkan kualitas produk biasanya negara tempat asal bahasa asing yang digunakan sebagai merek memiliki kelebihan dalam produksi produk yang sama. Sehingga dengan menggunakan bahasa asing dari Negara tersebut dapat memberikan kesan kualitas yang baik terhadap produk. (Suminar, 2018)

#### 4. Bisnis

Menurut Griffin dan Ebert bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba.

Menurut Sukirno bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian.

Menurut Madura bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut, mereka. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama. Bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada yang dapat dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya. (Hasoloan, 2018)

##### 4.1 Ciri-ciri Bisnis

Adapun ciri-ciri bisnis adalah sebagai berikut:

- a) Terorganisasi (adanya manajemen yang jelas)
- b) Suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau per kelompok
- c) Memproduksi barang atau menyediakan jasa
- d) Produksi dilakukan untuk memenuhi apa yang dibutuhkan masyarakat
- e) Menciptakan nilai
- f) Melakukan transaksi jual beli
- g) Mendapatkan keuntungan atas aktivitas yang dilakukan. (Hermanto, 2011)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 4.2 Fungsi Bisnis

Secara umum, fungsi bisnis adalah sebagai berikut:

- a) Fungsi produksi (mengubah barang mentah menjadi barang yang siap dijual)
- b) Fungsi distribusi (membagikan atau memindahkan produk)
- c) Fungsi penjualan (mengubah kepemilikan barang)
- d) Fungsi pemasaran (menjual barang sesuai waktu kegunaan yang pas) (Feliyani, 2021)

## 4.3 Jenis Bisnis

Adapun jenis-jenis bisnis adalah sebagai berikut:

- a) Jenis bisnis berdasarkan motifnya dibagi menjadi dua yaitu:
  1. Bisnis Berorientasi Keuntungan Contohnya: Bisnis perorangan, CV, PT, Firma dan sebagainya.
  2. Bisnis Berorientasi Keuntungan (non-provite motive) Contohnya: Organisasi sosial, yayasan, lembaga masyarakat, dan lain sebagainya.
  3. Jenis bisnis berdasarkan kegiatannya, dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:
    - a. Bisnis Agraris adalah bisnis yang bergerak dibidang pertanian, perkebunan, perikanan, dan bidang-bidang sejenisnya.
    - b. Bisnis Ekstraktif adalah bisnis yang bergerak di bidang pertambangan atau menggali bahan tambang yang ada di dalam perut bumi. Contoh pabrik semen, timah, nikel, dan lain lain.
    - c. Bisnis Jasa adalah bisnis yang menghasilkan produk yang tidak terlihat. Contohnya perbankan, salon kecantikan, spa dan lain sebagainya.
- b) Jenis bisnis jasa berdasarkan kepemilikannya dibagi menjadi:
  1. Bisnis Perorangan (yang dijalankan oleh satu orang saja)
  2. Bisnis Persekutuan (yang dimiliki dan dijalankan bersama-sama minimal dua orang)
  3. Bisnis Perseroan (melibatkan banyak orang, memiliki dewan direksi, dan juga diawasi oleh direktur) Koperasi (badan usaha yang terdiri dari sejumlah orang yang berlandaskan prinsip ekonomi kerakyatan dan asas kekeluargaan)
  4. Bisnis industri adalah bisnis yang bergerak di bidang industri manufaktur seperti pabrik testil, garmen, mesin, dan lain sebagainya. (Pradana, 2015)

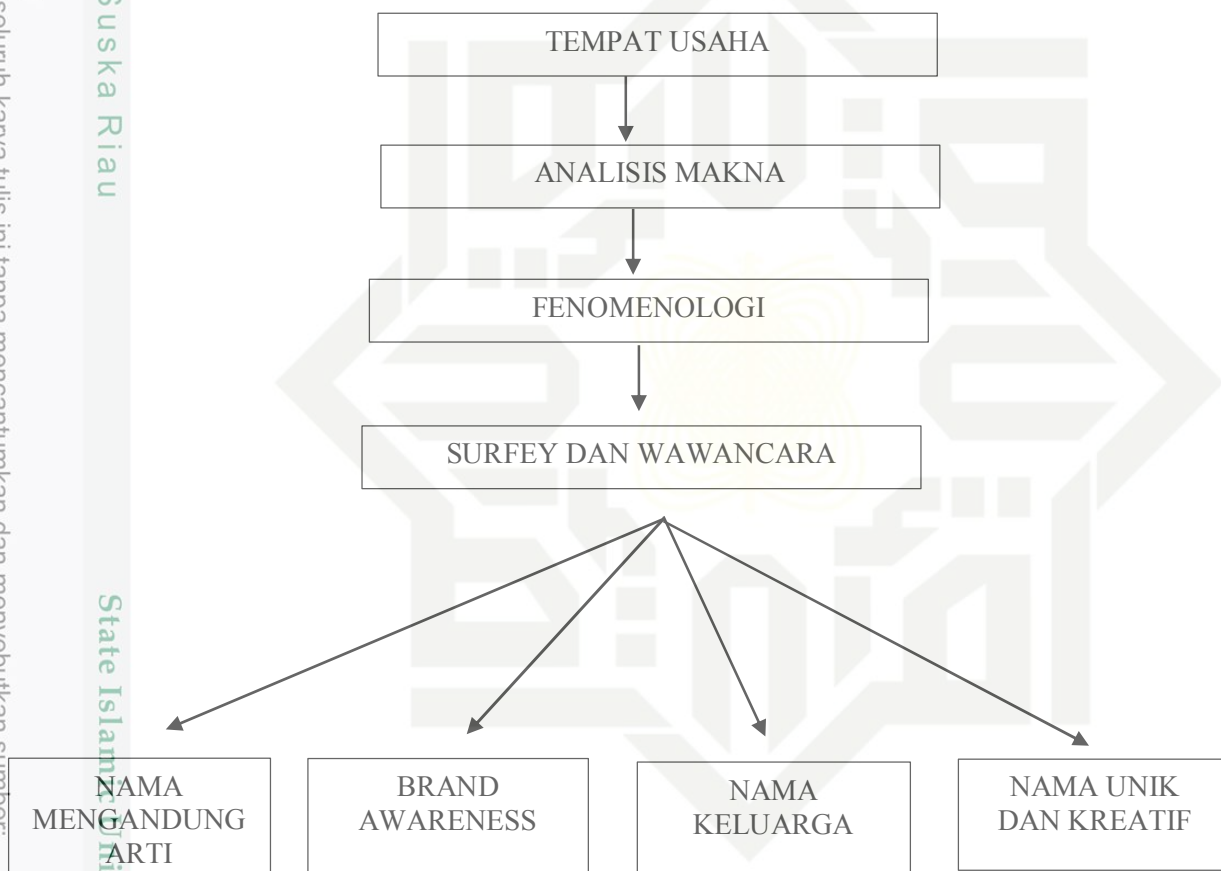
**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan diatas, maka telah tergambar beberapa konsep yang akan menjadi acuan penelitian dalam melaksanakan penelitian ini. Kerangka teoritis diatas digunakan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang dikaji.

**Bagan 2.3.1**  
**Kerangka pemikiran**





Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1. Desain Penelitian

Pada penelitian ini penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak dapat ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. (Hendra dkk., 2022)

Dalam riset deskriptif kualitatif lebih bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling. Apabila data terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Hal ini lebih di tekankan kepada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan (kuantitas) data. (Yusanto, 2020)

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tempat usaha yang memakai bahasa asing di wilayah Kec. Bina Widya Kota Pekanbaru. Waktu Pelaksanaan penelitian mulai dari Mei-Juni 2024

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan dua sumber data yang lazim digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dihimpun langsung oleh sumbernya yang nantinya akan diolah sendiri oleh lembaga yang bersangkutan. Data primer didapatkan dalam bentuk opini public secara individual maupun kelompok, yang hasil observasi terhadap karakteristik benda, kegiatan, maupun hasil suatu pengujian. Data ini diperoleh dari wawancara dengan beberapa pihak yang akan terlibat dalam penelitian ini. (Suhono & Al Fatta, 2021)

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan dapat dibaca, dilihat atau didengar oleh peneliti. (Iriyadi dkk., 2017)

Data sekunder merupakan data penelitian yang biasanya diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara yang dapat dimanfaatkan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder biasanya berbentuk laporan data dokumentasi atau catatan tertentu. Fungsi data sekunder ini ialah untuk membantu peneliti dalam pencarian data dan mendapatkan informasi seputar topik penelitian. Data ini akan diperoleh peneliti pada saat melakukan penelitian langsung di Kec. Bina Widya Kota Pekanbaru

### 3.4 Informan Penelitian

Informan di dalam penelitian ini dipilih secara purposive sampling, kriteria informan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian. Dimana kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian adalah informan yang banyak mengetahui atau terlibat langsung dalam topic pembahasan penelitian ini. Adapun kriteria yang penulis ambil adalah para pemilik tempat usaha ataupun karyawan yang sudah mengetahui betul SOP yang tempat usaha mereka miliki sehingga mereka mengetahui apa makna dari penamaan bahasa asing yang di sematkan pada usaha mereka. Kriteria ini penulis tentukan dengan melakukan analisis maupun obserfasi terkait informan yang akan penulis ambil.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian, maka yang dijadikan teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

#### 1. Teknik Wawancara

Teknik wawancara adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Wawancara dilakukan berhadapan langsung antara interview dengan responden yang dilaksanakan secara lisan.(Hansen, 2020)

Wawancara akan dilakukan bersama pemilik ataupun staff yang ada di tempat usaha tersebut.

#### 2. Teknik Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis yang setelahnya dilakukan pencatatan pada data yang tersedia.(Wahidmurni, 2017)

Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Makna Penamaan Bahasa Asing Pada Tempat Usaha Di Kota Pekanbaru.

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang dapat berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah serta agenda yang berhubungan dengan masalah-masalah

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian.(Herdiansyah, 2015)

Dokumentasi yang dilakukan peneliti ialah berupa foto, gambar ataupun data pendukung yang berhubungan dengan topik penelitian.

#### 4. Studi Pustaka atau Kepustakaan

Studi pustaka atau kepastakaan diartikan sebagai rangkaian yang berkenan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan pada saat penelitian bersama pemilik ataupun staff yang ada pada tempat usaha tersebut.

### 3.6 Validasi Data

Untuk mengecek keabsahan suatu data, penelitian menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan sebuah teknik pemeriksa wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan memeriksa kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.(Alfansyur & Mariyani, 2020)

Selain untuk mengecek kebenaran data, triangulasi juga memanfaatkan sesuatu yang lain untuk membandingkan hasil dan berfungsi untuk memperkaya data. Triangulasi dibagi kedalam empat macam diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.(Nugraha, 2023)

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan guna menghasilkan klasifikasi atau tipologi. Analisis data dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung, mulai dari pengumpulan data sampai paada tahap penulisan laporan.(Ruslan, 2010)

Proses analisis data yang dilakukan menggunakan tiga langkah yaitu:

#### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dalam penelitian ini yaitu data yang telah diperoleh dilapangan mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru dengan wawancara, observasi dan dokumentasi akan dipilih dan fokuskan pada hal-hal yang berkaitan dengan mengenai makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di Kota Pekanbaru.

#### 2. Penyajian Data

Setelah data direduksi kemudian tahap selanjutnya adalah display data atau penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam



bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif dengan mendisplaykan data. Maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi serta merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan yang dipahami tersebut. Penyajian data dalam penelitian ini berfungsi untuk lebih memudahkan peneliti memahami data yang diperoleh di lapangan. Dengan demikian dapat dilihat bagaimana makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di Kota Pekanbaru.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti–bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebelum ditetapkan menjadi ibu kota provinsi Riau sebagai pengganti dari Tanjung Pinang pada tahun 1959. (*Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru, t.t.*)

Perekonomian Pekanbaru didukung oleh perdagangan dan pertambangan minyak bumi. Kota ini memiliki sebuah bandar udara internasional, terminal bus antar kota dan antar provinsi, serta dua pelabuhan. Populasi Pekanbaru bersifat kosmopolitan, dipengaruhi oleh letak strategisnya di tengah-tengah Lintas Timur Jalan Raya Lintas Sumatra. Beberapa etnis yang memiliki populasi signifikan di 34 kota ini antara lain adalah suku Minangkabau, Orang Ocu, Melayu, Jawa, Batak, dan Tionghoa. Perkembangan kota ini pada awalnya tidak terlepas dari fungsi Sungai Siak sebagai sarana transportasi dalam mendistribusikan hasil bumi dari pedalaman dan dataran tinggi Minangkabau ke wilayah pesisir Selat Malaka. Pada abad ke-18, wilayah Senapelan di tepi Sungai Siak, menjadi pasar (pekan) bagi para pedagang Minangkabau. Seiring dengan berjalannya waktu, daerah ini berkembang menjadi tempat permukiman yang ramai. Sultan Siak ke-4 Sultan Alamuddin Syah memindahkan pusat kekuasaan Siak dari Mempura ke Senapelan pada tahun 1762. Pada tanggal 23 Juni 1784, berdasarkan musyawarah "Dewan Menteri" dari Kesultanan Siak, yang terdiri dari datuk empat suku (Pesisir, Limapuluh, Tanah Datar, dan Kampar), kawasan ini dinamai dengan Pekanbaru, dan dikemudian hari diperingati sebagai hari jadi kota ini. (*kota pekanbaru - Penelusuran Google, t.t.*)

Pekanbaru yang dikenal sebagai "Kota Usaha", istilah ini menggambarkan karakteristik ekonomi dan perkembangan kota tersebut. Ada beberapa penjelasan secara rinci tentang mengapa Pekanbaru dianggap sebagai kota usaha, yakni: Pekanbaru merupakan pusat perdagangan yang penting di wilayah Riau. Terletak strategis di jalur perdagangan utama antara Sumatera, Jawa, dan Malaysia, kota ini menjadi tempat berkumpulnya berbagai produk dan barang dagangan serta Pekanbaru memiliki pertumbuhan ekonomi yang pesat, didorong oleh berbagai sektor seperti perdagangan, jasa, pertanian, dan industri. Pertumbuhan ekonomi yang kuat membuatnya menjadi pusat bisnis yang menarik bagi banyak investor dan pengusaha. Sebagai kota usaha, Pekanbaru juga menjadi pusat kegiatan bisnis dan keuangan di wilayah Riau. Berbagai perusahaan besar dan lembaga keuangan memiliki kehadiran di sini, menjadikannya pusat penting untuk aktivitas komersial dan keuangan. Dengan infrastruktur transportasi yang baik, termasuk bandara internasional, pelabuhan, dan jaringan jalan yang berkembang, Pekanbaru memfasilitasi arus barang dan orang yang masuk dan keluar dari kota. Ini memperkuat posisinya sebagai pusat perdagangan dan logistik di wilayah tersebut.

Sebagai ibu kota Provinsi Riau, Pekanbaru juga merupakan pusat pemerintahan dan administrasi. Ini mencakup berbagai layanan publik,



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

birokrasi, dan kegiatan administratif yang mendukung fungsi pemerintah baik di tingkat provinsi maupun nasional. Kota ini juga aktif dalam mendorong inovasi dan pengembangan di berbagai sektor ekonomi. Melalui kebijakan yang mendukung pengembangan industri, penelitian, dan pengembangan teknologi, kota ini terus berupaya meningkatkan daya saingnya sebagai pusat bisnis dan investasi. (Suriyanti & Binangkit, 2019)

Kepala Bidang Koperasi dan UKM Disperindagkop Riau, Romi Pasrah mengatakan hingga 2023, ada sekitar 277.000 UMKM di Riau yang telah masuk dalam database Disperindagkop UKM Provinsi Riau, pendataan jumlah UMKM di Provinsi Riau, dilakukan sejak tahun 2020 lalu, melalui aplikasi mata UMKM sebagai database pelaku usaha di Riau tujuan dari pendataan UMKM ini agar menjadi dasar pengambilan kebijakan terhadap para pelaku UMKM ini tetapi masih banyak pelaku usaha yang masih belum mendaftarkan usaha nya ke digital online yang telah di sediakan pemerintah. (*data usaha umkm di pekanbaru 2023 - Penelusuran Google, t.t.*)

## B. KECAMATAN BINA WIDYA

Binawidya adalah sebuah kecamatan di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia. Sebelumnya kecamatan ini bernama kecamatan Tampan, diubah menjadi Binawidya sesuai Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020. Pusat Pemerintahan Kecamatan Binawidya berkedudukan di Kelurahan Simpang Baru.

Adapun batas wilayah kecamatan Binawidya yang baru, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) Perda Nomor 2 tahun 2020 adalah:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan kecamatan Payung Sekaki.
2. Sebelah Timur berbatasan dengan kecamatan Marpoyan Damai
3. Sebelah Barat berbatasan dengan dengan Kabupaten Kampar.
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan kecamatan Tuahmadani.

Kecamatan Bina Widya adalah salah satu kecamatan yang memiliki banyak tempat usaha di Kota Pekanbaru, karena kecamatan ini terdapatnya aktivitas perkuliahan, seperti yang diketahui bahwa di kecamatan Bina Widya ini adalah lokasi salah satu kampus terbesar di Proinsi Riau yaitunya ada Uniersitas Riau di kecamatan tersebut, sehingga banyaknya mahasiswa serta penduduk yang aski daerah ini, dan juga didukung oleh infrastruktur yang mendukung kegiatan ekonomi, seperti jalan-jalan utama yang ramai, akses transportasi yang baik, atau fasilitas komunikasi yang canggih, itu dapat memperkuat klaim bahwa kecamatan ini adalah pusat usaha.

Tidak heran jika usaha-usaha tersebut memiliki nama yang beraneka ragam, mulai dari menggunakan nama Bahasa Indonesia, bahasa daerah hingga

penggunaan nama bahasa asing. Dengan banyaknya tempat usaha yang berada di kawasan ini maka peneliti hanya mengambil 3 informan dari tempat usaha tersebut dan 2 informan dari konsumen untuk mengetahui apa makna dari penggunaan bahasa asing pada usaha mereka karena keterbatasan waktu yang peneliti miliki untuk mensurvey dan juga ketidak sediaan pemilik dari tempat usaha mereka untuk memberikan informasi terkait beberapa pertanyaan yang ingin peneliti ajukan.

### 1. chocolate changer

Chocolate Changer adalah sebuah gerai minuman coklat yang telah berhasil mencuri perhatian di Kota Pekanbaru. Dengan inovasi unik, harga terjangkau, dan kualitas bahan baku yang baik, Chocolate Changer mampu menjadi favorit di kalangan remaja dan pecinta cokelat.

Bisnis chocolate changer awalnya berupa sebuah gerai minuman di kota Padang, Sumatera Barat. Launching perdana pada tanggal 1 Februari 2014. Bisnis minuman coklat ini mulai dirintis oleh Fallyanthus bersama adiknya Elsa Wellya. Pemilik chocolate changer tersebut merupakan alumni dari Universitas Andalas. Chocolate Changer menawarkan minuman coklat yang enak dengan harga yang terjangkau. Hal ini menjadi pembeda usaha ini dari kafe-kafe lain, yang biasanya menyajikan minuman coklat dengan harga yang lebih tinggi. Produk Chocolate Changer terbuat dari cocoa asli berkualitas tinggi, yang memberikan pengalaman rasa yang autentik. Selain itu, Chocolate Changer juga menyediakan variasi topping seperti bubble, milk pudding, strawberry jelly, dan melon jelly untuk menambah keseruan dalam menikmati minuman tersebut.

Lokasi dari penelitian ini ada di Jalan Bina Krida Kecamatan Bina Widya yang terletak sebelum memasuki kampus Universitas Riau.

Adapun social media dari chocolate changer ini berupa instagram yang aktif membagikan kegiatan mereka setiap hari. Penulis melakukan penelitian pada hari Jumat tanggal 17 Mei 2024 di tempat usaha chocolate changer sendiri.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4. 1

#### Logo chocolate changer

## 2. D'booster

Gerai minuman D'Booster di Pekanbaru didirikan oleh seorang pengusaha lokal yang memiliki minat dalam bisnis minuman dan melihat peluang di pasar minuman lokal. Aris selaku kepala bagian di cabang d'booster yang berlokasi di jalan Manyar Sakti Kecamatan Bina Widya yang penulis temui pada tanggal 17 mei 2024 ini menjelaskan tentang apa saja yang penulis ingin ketahui yang berhubungan serta berkaitan dengan apa yang sedang diteliti.

D'booster adalah usaha minuman yang menjual berbagai macam minuman dengan berbagai varian rasa dan juga menawarkan berbagai promo menarik kepada konsumen yang ingin menikmati minuman, harga yang ditawarkan pun ramah di kantong pelajar dan juga terjangkau.

Adapun media social dari d'booster sendiri telah memiliki 5.706 pengikut di instagram yang mengartikan bahwa minuman ini cukup terkenal dikalangan masyarakat Bina Widya sendiri. Selain berada di jalan manyar sakti, gerai ini juga membuka cabang di Jalan Bangau Sakti



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4. 2

#### Papan nama d'booster

### 3. Copyright coffe and space

Usaha ini berdiri semenjak tiga tahun lalu di jalan Balam Sakti kecamatan Bina Widya yang masih berada di kawasan Universitas Riau. Pemilik dari tempat usaha ini adalah Muhammad iza nugraha yang penulis temui pada jumat, 17 mei 2024. Usaha coffee shop harus menentukan berbagai aspek yang harus di pertimbangkan untuk membangun usaha ini salah satunya adalah mengidentifikasi target pasar coffee shop, termasuk demografi seperti usia, pendapatan, minat, dan preferensi konsumen. Jenis menu kopi dan makanan yang ditawarkan, kualitas produk, variasi, harga, dan kesesuaian dengan preferensi pasar target yang akan menjadi salah satu pertimbangan konsumen

Copyright coffe space ini juga diminati oleh banyaknya konsumen yang hobi untuk menghabiskan waktunya dimalam ataupun sore hari selain tempatnya yang strategis dekat dengan kawasan kampus, menu yang ditawarkan juga banyak fariasi dan itupun dengan harga yang sesuai dengan kantong mahasiswa. Dilihat dari akun sosial media mereka yang sudah memiliki 1.760 pengikut menandakan usaha ini memiliki banyak peminat.



Gambar 4.3

Papan nama [copyright.co](http://copyright.co)

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penamaan tempat usaha adalah salah satu cara untuk menjadikan usaha berbeda dengan usaha lainnya. Berbicara mengenai tempat usaha, penamaan bagian dari proses memberi nama atau label pada lokasi atau tempat di mana bisnis beroperasi atau menyediakan produk dan layanan kepada pelanggan. Ini mencakup pemilihan kata atau frasa yang merepresentasikan identitas, nilai, dan tujuan bisnis tersebut. Penamaan tempat usaha memiliki arti penting karena nama tersebut menjadi bagian dari identitas merek dan menciptakan kesan pertama kepada konsumen. Dalam beberapa kasus, penggunaan bahasa asing dapat dikaitkan dengan kualitas dan prestise. Pengusaha mungkin percaya bahwa penamaan dalam bahasa asing dapat memberikan kesan eksklusif atau berkualitas tinggi pada usaha mereka, sehingga menarik pelanggan yang mencari produk atau layanan premium.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang dilakukan penulis di tempat usaha yang menggunakan bahasa asing maka pada bab ini penulis menyimpulkan hasil penelitian tentang makna penamaan bahasa asing pada tempat usaha di kota pekanbaru.

Dalam pelaksanaan menentukan nama untuk tempat usaha dilakukan beberapa langkah strategi yaitu menentukan nama tersebut mengandung arti, adanya brand awareness yang diciptakan atau penggunaan nama keluarga yang digunakan dan nama yang digunakan termasuk unik atau kreatif, sehingga nama yang digunakan bermakna tidak hanya digunakan secara asal-asalan. Penggunaan bahasa asing dalam penamaan tempat usaha di Kota Pekanbaru menunjukkan adanya trend globalisasi dimana bahasa asing dianggap sebagai bahasa yang memiliki citra yang baik dan mampu bersaing dengan usaha-usaha lainnya dan juga penggunaan bahasa asing dalam penamaan tempat usaha bisa menjadi bagian dari strategi pemasaran dan branding yang efektif, namun harus diimbangi dengan pemahaman mendalam tentang pasar lokal dan juga kebutuhan anak muda sekarang.

Persepsi masyarakat terhadap fenomena penggunaan Bahasa Inggris pada tempat usaha kuliner dan menu-menu makanan yang ditawarkan ada empat. Pertama, kebijakana menggunakan Bahasa Inggris untuk menamai menu-menu makanan terkesan unik dan dapat menumbuhkan rasa penasaran untuk mencoba. Kedua, Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang dapat lebih memberikan kesan modern, keren, international, professional, mahal, kelas sosial atas, trendy, dan mewah.

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan analisis terlebih dahulu terhadap bahasa asing yang digunakan dalam penamaan tempat usaha. Telusuri terlebih dahulu makna-makna yang terkandung dalam bahasa asing tersebut dan bagaimana makna tersebut dapat berbeda atau berkaitan dengan konteks lokal.
2. Dalam pemilihan nama usaha yang diharapkan menggunakan bahasa Indonesia sehingga mampu mempertahankan budaya Indonesia di zaman millennial yang serba bahasa asing ini.
3. Melakukan analisis sehingga mengetahui ada begitu banyak tempat usaha yang memakai bahasa asing di kawasan kota pekanbaru.
4. Kepada penelitian selanjutnya yang akan meneliti di penamaan usaha yang berbahasa asing agar melakukan penelitian yang lebih meluas ke tempat usaha yang juga menggunakan bahasa Indonesia tetapi tidak sesuai kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.





## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Aprillisa, E. (t.t.). *PENGGUNAAN NAMA UNIK PADA...*
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Auranissa Hernanda, V., Yasyfa Azzahra, A., & Alfariy, F. (2022). Pengaruh Penerapan Bahasa Asing dalam Kinerja Pendidikan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 88–95. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.514>
- Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. (t.t.). Diambil 1 Juni 2024, dari <https://pekanbarukota.bps.go.id/>
- Bola.com. (2023, Agustus 3). *Arti Fenomena beserta Pandangannya dalam Berbagai Bidang*. bola.com. <https://www.bola.com/ragam/read/5361123/arti-fenomena-beserta-pandangannya-dalam-berbagai-bidang>
- Cahyani, K. I., & Sutrasawati, R. E. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4), Article 4. <https://doi.org/10.15294/maj.v5i4.8350>
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- data usaha umkm di pekanbaru 2023—Penelusuran Google*. (t.t.). Diambil 31 Mei 2024, dari [https://www.google.com/search?q=data+usaha+umkm+di+pekanbaru+2023&sca\\_esv=4fabb05b4b801908&sca\\_upv=1&sxsrf=ADLYWIJjFFeFl0Em7Si2qI5T\\_c](https://www.google.com/search?q=data+usaha+umkm+di+pekanbaru+2023&sca_esv=4fabb05b4b801908&sca_upv=1&sxsrf=ADLYWIJjFFeFl0Em7Si2qI5T_c)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

w78MqTsA%3A1717083237547&ei=ZZxYZqeLbi44-  
EP9aWywAg&oq=data+usaha+umkm+di+&gs\_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiE2  
RhdGEgdXNhaGEgdW1rbSBkaSAqAggAMgUQIRigATIFECEYoAEyBRAhG  
KABMgUQIRigATIFECEYoAEyBRAhGJIDMgUQIRiSAzIFECEYkgMyBRA  
hGJIDMgUQIRiSA0jxWVD9A1idNHAKeAGQAQSYAd0BoAGVHkoBBjI3Lj  
kuMrgBAcgBAPgBAZgCFqACvQ2oAhTCAgoQABiwAxjWBBhHwgIEECMY  
J8ICCBAAGKIEGikFwgIIEAAYgAQYogTCAGcQIxgnGOoCwgIWEc4YAxio  
AhjIAhjAhiMAxiPAdgBAcICFhAAGAMYtAIY5QIY6gIYjAMYjwHYAQHC  
AgoQixiABBgnGloFwgITEC4YgAQYxwEYJxiKBRiOBRivAcICChAAGIAE  
GEMYigXCAhAQABiABBixAxhDGIMBGloFwgINEAAYgAQYsQMYQxiKB  
cICCxAAGIAEGLEDGIMBwgIKEC4YgAQYQxiKBcICGRAuGIAEGEMYxw  
EYmAUYmQUYigUYngUYrwHCAggQABiABBixA8ICBRAAGIAEwgIGEA  
AYFhgewgIFECEYnwWYAxCIBgGQBgi6BgYIARABGAuSBwYxMy43LjKg  
B5arAg&scient=gws-wiz-serp

Fatah, M., Suud, F. M., & Chaer, M. T. (2021). Jenis-Jenis Kesulitan Belajar Dan Faktor Penyebabnya Sebuah Kajian Komperehensif Pada Siswa Smk Muhammadiyah Tegal. *Psycho Idea*, 19(1), 89–102.

Fatikhudin, P. (t.t.). *PENAMAAN TEMPAT USAHA BERBAHASA ASING DI SURABAYA: KAJIAN SEMANTIK KOGNITIF*.

Fatmahwati A, F. A. (2019). PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA PADA MEDIA RUANG PUBLIK DI KOTA PEKANBARU. *SUAR BETANG*, 13(2).  
<https://doi.org/10.26499/surbet.v13i2.76>

Feliyani, N. (2021). Manajemen Ekonomi Syariah dalam Fungsi-Fungsi Bisnis Islam. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(1), Article 1.  
<https://doi.org/10.30736/jesa.v6i1.106>



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27, 283–294. <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Hartono, F. (2000). *Strategi pemberian nama merek dan perluasan merek serta penggunaan iklan sebagai sarana pembentukan citra merek* [Other, Petra Christian University]. [http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe\\_dg\\_13899.html](http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe_dg_13899.html)
- Hasil wawancara dari informan Genta Anhar sebagai konsumen. (t.t.). [Komunikasi pribadi].
- Hasil wawancara dari informan syifa sebagai konsumen. (t.t.). [Komunikasi pribadi].
- Hasil wawancara dengan informan Aris pada tanggal 17 mei 2024. (t.t.). [Komunikasi pribadi].
- Hasil wawancara dengan informan Dianti pada 17 mei 2024. (t.t.). [Komunikasi pribadi].
- Hasil wawancara dengan informan Iza pada tanggal 17 mei 2024. (t.t.). [Komunikasi pribadi].
- Hasoloan, A. (2018). *PERANAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN*.
- Hendra, H., Tiara Maulia, S., & Ichsan, M. (2022). Penguatan Pemahaman Metodologi Penelitian Kualitatif Mahasiswa Melalui Bimbingan Teknis Pada Mahasiswa Ppkn Pips Universitas Jambi: Indonesia. *Estungkara: Jurnal Pengabdian Pendidikan Sejarah*, 1(1), 64–73. <https://doi.org/10.22437/est.v1i1.22483>
- Herdiansyah, H. (2015). Metode Penelitian Kualitatif untuk Psikologi. *Salemba Humanika*.
- Hermanto, B. (2011). Pengaruh Lokasi Usaha, Karakteristik Bisnis terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Usaha Industri Kecil di Sulawesi Utara. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(3), Article 3.
- Hemas. (2019, Oktober 10). *Perpres No. 63/2019: Badan Usaha, Merk Dagang, Nama*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Geografi Wajib Gunakan Bahasa Indonesia*. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. <https://setkab.go.id/perpres-no-63-2019-badan-usaha-merk-dagang-nama-geografi-wajib-gunakan-bahasa-indonesia/>

*InfoPublik—Diskop Catat Ada 26 Ribu Pelaku UMKM di Pekanbaru*. (t.t.). Diambil 30 Mei 2024, dari <https://infopublik.id/kategori/nusantara/688863/diskop-catat-ada-26-ribu-pelaku-umkm-di-pekanbaru>

Iriyadi, I., Setiawan, B., & Sutarti, S. (2017, April 4). *Pelatihan Analisis Data Penelitian (Primer Dan Sekunder) Bagi Mahasiswa Stie Kesatuan*. [https://www.semanticscholar.org/paper/Pelatihan-Analisis-Data-Penelitian-\(Primer-Dan-Bagi-Iriyadi-Setiawan/ffba4d18550abc5b7c229c569e59966bd8807579](https://www.semanticscholar.org/paper/Pelatihan-Analisis-Data-Penelitian-(Primer-Dan-Bagi-Iriyadi-Setiawan/ffba4d18550abc5b7c229c569e59966bd8807579)

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.

*pekanbaru—Penelusuran Google*. (t.t.). Diambil 1 Juni 2024, dari [https://www.google.com/search?gs\\_ssp=eJzj4tTP1TcwTkouKjBg9OLLzi9JVChIzU7MS0osKgUAc2EI-g&q=kota+pekanbaru&oq=kota+pe&gs\\_lcrp=EgZjaHJvbWUqCggBEC4YsQM YgAQyBggAEEUYOTIKCAEQLhixAxiABDIHCAIQABiABDIHCAMQABiABDIHCAQQABiABDIHCAUQABiABDIHCAAYQLhiABDIHCACQABiABDIHCAGQLhiABNIBCTY5NTFqMGoxNagCCLACAQ&sourceid=chrome&ie=UTF](https://www.google.com/search?gs_ssp=eJzj4tTP1TcwTkouKjBg9OLLzi9JVChIzU7MS0osKgUAc2EI-g&q=kota+pekanbaru&oq=kota+pe&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCggBEC4YsQM YgAQyBggAEEUYOTIKCAEQLhixAxiABDIHCAIQABiABDIHCAMQABiABDIHCAQQABiABDIHCAUQABiABDIHCAAYQLhiABDIHCACQABiABDIHCAGQLhiABNIBCTY5NTFqMGoxNagCCLACAQ&sourceid=chrome&ie=UTF)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Margianto, A. (2022). Makna Pemberian Nama Israel Di Kejadian 32: 22-32 Dan Sumbangannya Bagi Karakteristik Wirausaha Yang Alkitabiah. *TEOLOGIS-RELEVAN-APLIKATIF-CENDIKIA-KONTEKSTUAL*, 1(01), 9–26.
- Muhidin, R. (2021). Pemberian Nama Desa Atau Kampung Di Kabupaten Musi Rawas: Suatu Kajian Toponimi Daratan. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS)*, 3(0), Article 0.
- Mulyadi, J. (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).
- Nawa, A. T. (2023). Penggunaan Bahasa Inggris pada Usaha Kuliner: Tujuan Produsen dan Perspektif Konsumen. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 7(2), 216–232.
- Nugraha, D. (2023). Pendekatan Strukturalisme dan Praktik Triangulasi di dalam Penelitian Sastra. *Arif: Jurnal Sastra dan Kearifan Lokal*, 3(1), 58–87.
- Nuramila, N. (2023). Fenomena Penggunaan Bahasa Asing dan Daerah Dalam Penamaan Tempat Usaha Di Kota Gorontalo. *Journal on Education*, 5(4), 16251–16255.
- PERANAN BAHASA TERHADAP PENAMAAN TEMPAT DI BOGOR (LANGUAGE RULE IN NAMING PLACE IN BOGOR). (t.t.).
- Pradana, M. (2015). KLASIFIKASI JENIS-JENIS BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA. *Neo-Bis*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.21107/nbs.v9i2.1271>
- Petriana, A. (2022). Peran Komunikasi Pemasaran Pengobatan Alternatif dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 31–38.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Ruslan, R. (2010). *Metode penelitian public relations dan komunikasi*.
- Santoso, I. (2014). Pembelajaran bahasa asing di Indonesia: Antara globalisasi dan



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hegemoni. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 1–11.

- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). PENYUSUNAN DATA PRIMER SEBAGAI DASAR INTEROPERABILITAS SISTEM INFORMASI PADA PEMERINTAH DAERAH MENGGUNAKAN DIAGRAM RACI (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *JNANALOKA*, 35–44. <https://doi.org/10.36802/jnanaloka.2021.v2-no1-35-44>
- Suminar, R. (2018). *PENGARUH PEMBERIAN NAMA MEREK ASING, PENGETAHUAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP (Studi Kasus Pada The Highland Park Resort-Hotel)*. Center for Open Science.
- Suriyanti, L. H., & Binangkit, I. D. (2019). Peran Kebijakan Pemerintah Dalam Memoderasi Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru). *Akuntansi & Ekonomika*, 9(1), 119–128.
- Tur, A. P. A., & Maftukhin, M. (2017, Oktober 23). *POTRET SOSIOLINGUISTIK PADA PENGGUNAAN BAHASA INGGRIS SEBAGAI ALAT BRANDING DI D.I.YOGYAKARTA* [Other]. Universitas Ahmad Dahlan. <https://eprints.uad.ac.id/37683/>
- van Dis, E. A., Bollen, J., Zuidema, W., van Rooij, R., & Bockting, C. L. (2023). ChatGPT: Five priorities for research. *Nature*, 614(7947), 224–226.
- Wahidmurni, W. (2017). *Pemaparan metode penelitian kualitatif*.
- Wahyuni, J. S., Wardhana, D. E. C., & Rahayu, N. (2022). Penggunaan Bahasa Asing Di Ruang Publik Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah KORPUS*, 6(3), 407–416.
- Wijana, I. D. P. (2021). *Pengantar Sociolinguistik*. UGM PRESS.
- Windayanto, R. N. A., & Kesuma, T. M. J. (2023). NAMA-NAMA KAFE DI MALANG

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

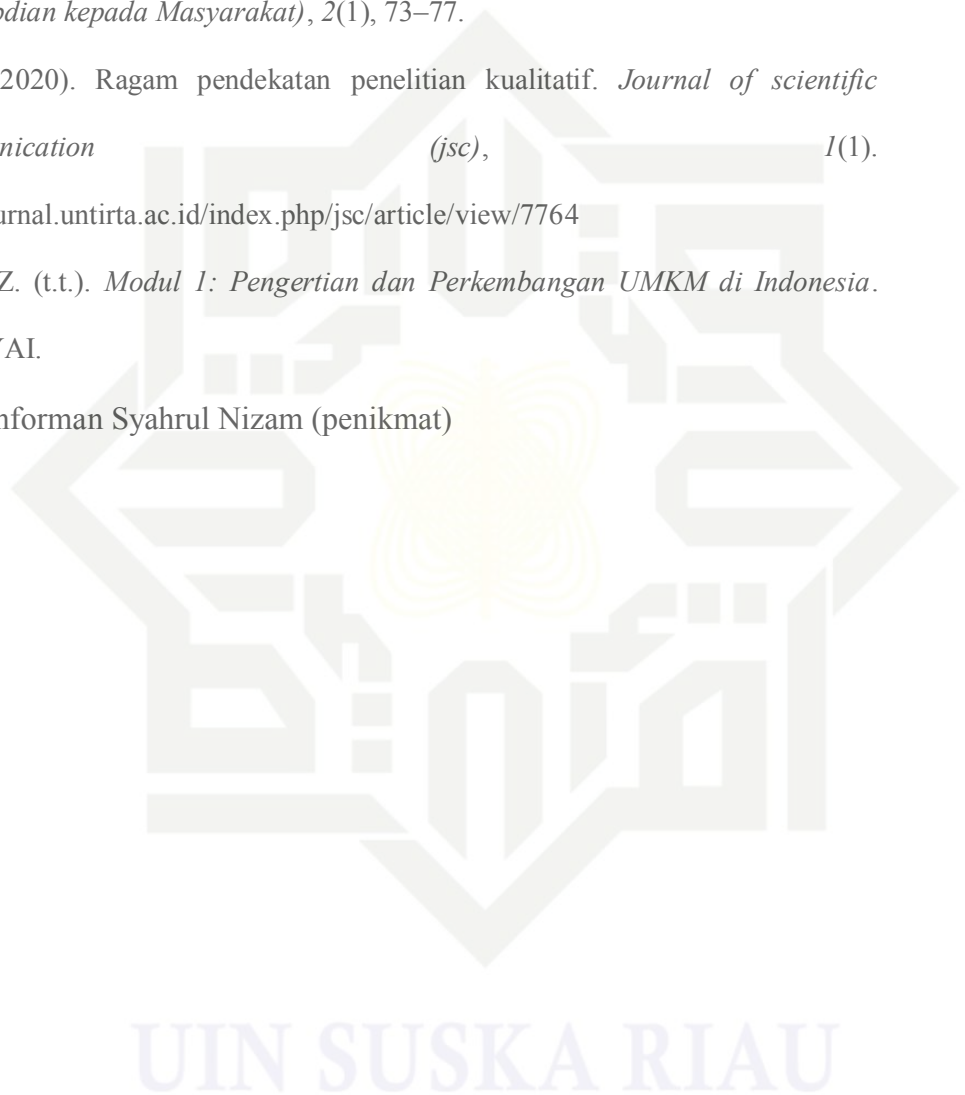
RAYA: BENTUK, MAKNA, DAN REFLEKSI SOSIOKULTURAL. *Linguistik Indonesia*, 41(1), Article 1. <https://doi.org/10.26499/li.v41i1.369>

Yohanna, L., M Insana, D. R., & Sondari, E. (2016). Upaya Peningkatan usaha masyarakat melalui pengurusan perizinan usaha dan merek. *Surya (Jurnal Seri Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(1), 73–77.

Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of scientific communication (jsc)*, 1(1). <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsc/article/view/7764>

Zainal Arifin, Z. (t.t.). *Modul 1: Pengertian dan Perkembangan UMKM di Indonesia*. STIE YAI.

Foto dengan informan Syahrul Nizam (penikmat)



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### DAFTAR PERTANYAAN TERHADAP INFORMAN TENTANG “MAKNA PENAMAAN BAHASA ASING PADA TEMPAT USAHA DI KOTA PEKANBARU”

##### a. Nama Mengandung Arti

1. Apa yang anda ketahui tentang bagaimana pemilihan bahasa asing untuk tempat usaha anda.
2. Menurut anda bagaimana proses penentuan nama bahasa asing dalam memberikan nama pada tempat usaha?
3. Bagaimana menurut anda tempat usaha yang berbahasa asing ini dapat mempertimbangkan factor budaya local dengan adanya bahasa asing ini.
4. Bagaimana tanggapan anda dalam masyarakat terhadap citra yang dibangun tempat usaha dengan menggunakan bahasa asing tersebut.

##### b. Brand awareness

1. Apakah terdapat factor-faktor mempengaruhi dalam pemilihan nama bahasa asing ini daripada bahasa local sesuai dengan yang anda ketahui
2. Bagaimana pandangan anda terkait penyebutan nama yang mungkin dilakukan dengan memakai bahasa local yang dilakukan pada tempat usaha anda
3. Menurut anda, bagaimana potensi perubahan yang akan muncul di masa yang akan datang jika semua nama usaha diganti menjadi bahasa asing?

##### c. Nama keluarga

1. Apakah ada unsur nama keluarga yang digunakan terkait pemberian nama tempat usaha yang anda ketahui
2. Bagaimana jika suatu tempat usaha menggunakan nama keluarga, apakah menurut anda ada dampak positif dan negative yang ditimbulkan
3. Jika menggunakan nama keluarga bagaimana cara anda mengatur penggunaan bahasa tersebut dengan di tambahkan unsur nama keluarga

##### d. Nama unik dan kreatif

1. Apakah menurut anda nama yang digunakan pada pemilihan tempat usaha ini termasuk unik dan juga kreatif
2. Menurut anda apakah nama yang unik juga kreatif juga dapat membangun citra suatu tempat usaha

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3. Menurut anda jika nama tempat usaha dibuat dengan nama yang unik dan kreatif apakah mungkin tanggapan konsumen menjadi lebih baik atau ada ketertarikan lain dari nama usaha tersebut.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Lampiran 2

### DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN INFORMAN



Foto dengan informan Dianti (karyawan chocolate changer)

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto dengan informan Iza (pemilik kopyright coffespace)

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Foto dengan informan Aris (karyawan d'booster)

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto dengan informan Syifa Reyhana (Penikmat)



Foto dengan informan Syahrul Nizam (Penikmat)

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.