

LINGUISTIK ANALISIS BERBASIS KOMPUTER PADA NAMA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI WILAYAH KOTA YOGYAKARTA

Isdiarto

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam (STEBI) Al-Muhsin Yogyakarta
Email: isdiartomail@gmail.com

Abstract

Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan secara deskriptif preferensi nama usaha mikro kecil dan menengah (umkm) pada enam kecamatan di wilayah Kota Yogyakarta tahun 2019. Dari 23 purposive sampling daftar perusahaan yang terdapat di Deperindakoptan di wilayah Kota Yogyakarta, data dianalisa menggunakan studi linguistik melalui pendekatan analisa linguistic berbasis komputer. Penelitian ini menghasilkan 1). Beberapa nama bukan termasuk dari bagian nama perusahaan sehingga terjebak memilih nama yang sulit dipahami dalam bahasa global. 2). Beberapa nama perusahaan mengandung unsur nama buruk dan nama berkonotasi negative dalam bahasa global. 3). Terkadang pelaku usaha tidak menyadari untuk memilih nama usaha yang kurang identik dengan jenis usaha yang akan dijalankan sehingga sulit dipahami oleh masyarakat. 4). Pelaku usaha UMKM masih percaya dengan menggunakan frase yang panjang dalam memilih nama usaha walaupun maknanya sering overlapping atau tumpang tindih bahkan maknanya kabur. 5). Pelaku usaha UMKM masih kurang terampil dalam menyusun nama usahanya

Keywords :linguistic level, nama usaha, UMKM

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi, masalah pemilihan nama usaha masih belum mendapat perhatian serius. Beberapa pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah belum menyadari betapa pentingnya sebuah nama. Terkadang beberapa pihak sering mengeluhkan daya saing di pasar domestic maupun luar negeri. Pelaku usaha sering terkagum kagum pada keberhasilan perusahaan asing, tetapi lupa menyadari apa penyebabnya dan mengambil pengalaman bagaimana perusahaan tersebut membangun pranata nama sebagai program strategis jangka panjang.

Nama bagi sebuah perusahaan merupakan bagian yang berperan penting supaya dikenal masyarakat secara luas. “Tak kenal maka tak sayang” pepatah ini masih relevan untuk dipahami betapa besar arti sebuah nama. Dalam pergaulan bisnis, seseorang akan menyebutkan nama perusahaannya sebagai identitas dan juga menjadi sarana sosialisasi. Informasi seputar identitas dan bidang bisnis yang dijalankan menjadi kata kunci. Sayangnya, kemampuan mengkreasikan nama usaha belum cukup dimiliki oleh pelaku umkm. Alhasil pelaku umkm terkesan asal-asalan dalam memberi nama pada bidang usahanya.

Seiring bertumbuhnya iklim usaha, keberhasilan negara maju dalam gerakan preferensi nama perusahaan patut dijadikan pengalaman yang dapat mengangkat eksistensi umkm Indonesia ditingkat global. Pelaku umkm sering terkendala dalam penguasaan bahasa. Kekurangan ini dapat diatasi dengan pemanfaatan teknologi computer yang dapat membantu untuk memahami bahasa lisan dan tertulis. Untuk memahami bahasa yang digunakan pada bidang usaha, penulis menggunakan computer sebagai alat bantu menganalisa linguistic. Dari analisa ini penulis berharap dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai preferensi nama perusahaan bagi umkm.

Demography and Linguistics

Antara dan KR (2018) menyebutkan bahwa Yogyakarta ditetapkan sebagai ASEAN City of Culture pada periode 2018-2020 oleh AMCA (ASEAN Ministers Responsible for Culture and Arts). Pengakuan ini sekaligus penghargaan terhadap keberagaman dan kedamaian seni budaya yang ada di kota Yogyakarta. Dari sisi ekonomi, predikat ini diharapkan mampu mendorong bagi pertumbuhan usaha. Tentu saja, bahasa Jawa, bahasa Indonesia dan bahasa asing menjadi aspek penting dalam membangun sebuah usaha di kota Yogyakarta.

Pembangunan nasional sedang menggalakkan pertumbuhan sector usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) sebagai engine of growth kegiatan ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan undang-undang republic Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah dalam undang-undang ini. Yang dimaksud dengan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi criteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang Undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan asset dan omset usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm dan ukm) dapat digambarkan pada table berikut:

Table 1: Kriteria UKM/UMKM

NO	USAHA	KRITERIA	
		ASET	OMSET
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Kecil	>50 juta-500 juta	> 300 juta-2,5 miliar
3	Usaha Menengah	>500 juta-10 miliar	>2,5 miliar-50 miliar

Sumber <https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm:starup/>

Dari table di atas, keberadaan ukm/umkm patut diperhitungkan, walaupun belum sebaik perusahaan besar akan tetapi jenis usaha ini lebih fleksibel untuk dijalankan. Jenis usaha ini tentunya pernah mengalami pasang surut meski demikian secara makro jumlah pelaku usaha terus meningkat dari tahun sebelumnya. Ukm/umkm biasa memproduksi pakaian, makanan, dan kerajinan. Secara mikro terjadi migrasi bisnis dari skala kecil ke menengah. Umumnya, jenis usaha level menengah akan kuat bertahan bahkan berkembang menuju ke skala besar. Untuk mampu pada posisi tersebut, jenis usaha ini diharapkan mampu menuangkan visi dan misinya yang tercermin melalui nama usaha yang dibuatnya.

Pemahaman linguistic memiliki peran dalam memilih nama usaha atau label produk. Konsumen lebih menyukai trend produk makanan dan pakaian laki-laki dengan merek berbahasa Inggris dan Itali. Pemilihan nama tersebut melalui pertimbangan linguistic yang meliputi phonology, morphology, semantic dan lexical (Kwon Hesook, 2010; Francesco Nacchia, 2017). Pemilihan nama juga dapat disinergikan melalui bantuan komputer di suatu wilayah tertentu. Tujuan utama penggunaan computer adalah untuk memproses kata atau text. Dengan menggunakan piranti lunak, kata atau text tersebut dapat dideskripsikan secara otomatis (Igor A Bolshakov, 2004; Letizia, 2018).

Kata atau teks yang dideskripsikan dapat berbentuk poster, nama perusahaan, baliho, dan rambu-rambu lalu lintas yang biasa nampak di persimpangan jalan. Kata atau teks tersebut dikategorikan

sebagai bagian dari linguistic landscape. Bahasa yang tertulis tersebut berhubungan erat dengan identitas dan budaya masyarakatnya. Oleh sebab itu nampak nyata bahwa bahasa apa yang terus tumbuh dan bahasa apa yang semakin terpinggirkan di masyarakat. Sebagai contoh, restaurant china dapat dijumpai di hampir penjuru dunia termasuk di Amerika. Dari sudut pandang linguistic landscape, restaurant china memiliki struktur nama dengan phrase dan words tertentu, yaitu “restaurant china dan Chinese”, “Golden Dragon Buffet”, “Dorchester Meadows”, “Panda Express”, “Old Peking”, “Old Sichuan”, “Dragon”, dll. Hanya dengan membaca nama restaurantnya saja maka konsumen akan mudah mengenalinya (Durk Gorter, 2006; Roberto dan Christopher, 2016)).

Diskusi para peneliti tersebut menggambarkan betapa penting arti sebuah nama bagi produk usaha bila dilihat dari sudut pandang linguistics analysis. Sangat disayangkan bahwa pengetahuan menganalisa dan menciptakan sebuah nama masih menjadi permasalahan masyarakat sebagai pelaku usaha. Pelaku usaha tidak punya cukup waktu untuk belajar supaya memiliki kompetensi linguistic yang baik. Mereka harus dibantu untuk menemukan cara dengan bantuan teknologi computer.

Studi eksplorasi profil usaha mikro kecil dan menengah klasifikasi kerajinan di daerah kota Yogyakarta mengidentifikasi berbagai permasalahan nyata yang dihadapi para pelaku usaha UMKM dan memberikan solusinya. Salah satu solusi yang dapat ditawarkan adalah dalam jangka pendek pemerintah Kota Yogyakarta diharapkan memberikan bantuan pelatihan, fasilitas pemasaran dan permodalan dalam berbagai skema untuk para pelaku usaha UMKM di Kota Yogyakarta. Pelatihan dan pendanaan menjadi sebuah upaya untuk memperkuat UMKM. Usaha UMKM ini disinyalir masih rentan terhadap perubahan ekonomi global sehingga bila terjadi krisis pemerintah sudah siap melakukan mitigasi untuk mengurangi resiko. Untuk itu, perlu terpetakannya UMKM yang rentan terhadap kondisi sektoral atau wilayah. (Musaroh dan Tony Wijaya, 2015; Badan Kebijakan Fiskal, 2012).

Salah satu smart naming engine dapat digunakan untuk menganalisa, memverifikasi, dan memberi saran nama baru bagi perusahaan, bisnis, produk, dan jasa. Mesin ini memberikan pelayanan bagi jenis usaha kecil menengah. Perlu beberapa langkah untuk menggunakan mesin ini, yakni 1). menginput nama, 2). Verifikasi nama, 3). Decompose, 4). Layout, 5). Make report. Hasil dari analisa dapat dilihat secara langsung bahkan dapat disimpan dalam bentuk file. (<https://globalnaming.com/create-brand-name.php>)

Metode Penelitian

1. Jenis penelitian ini termasuk dalam studi linguistic

Dengan bantuan perangkat computer, peneliti bertujuan memberikan penjelasan mengenai nama perusahaan dan maknanya. Objek penelitian ini adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. Populasi penelitian adalah semua pelaku usaha umkm di 6 kecamatan Kota Yogyakarta yakni Kota Gede, Mantrijeron, Mergangsan, Tegalrejo, Umbulharjo, dan Wirobrajan. Data pelaku usaha merujuk pada Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian Kota Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode purposive sampling dengan criteria sebagai berikut:

Jenis UMKM yang dijadikan sampel merupakan kelompok usaha yang diterbitkan pihak Deperindagkoptan Kota Yogyakarta melalui situs resmi http://umkm.jogjakota.go.id/direktori2/group.php?mod=klas&dus_klasifikasi=menengah&p=0

Jenis usaha yang dijadikan sampel termasuk kriteria menengah. Pada level menengah perusahaan tersebut termasuk sustainable dan masih exist sampai sekarang.

Jumlah sample sebanyak 23 jenis usaha menengah di wilayah Kota Yogyakarta.

2. Objek penelitian

Objek penelitian adalah sumber data yang diterbitkan pihak Deperindagoptan Kota Yogyakarta. Data tersebut akan dianalisa dengan bantuan computer sehingga akan terungkap bagaimana preferensi nama perusahaan jenis usaha kelas menengah di Kota Yogyakarta tahun 2019. Sumber data diambil dengan dokumentasi.

3. Data yang diperoleh dalam penelitian akan dianalisa menggunakan computational linguistics analysis.
4. Output penelitian adalah table preferensi nama usaha UMKM di wilayah Kota Yogyakarta.

B. Hasil dan Pembahasan

Pada pembahasan pertama bagaimana preferensi nama usaha UMKM menggunakan smart naming engine, yaitu pada situs <https://globalnaming.com/create-brand-name.php> adalah sebagai berikut:

Table 2. Verifikasi Analisa nama perusahaan

NO	NAMA PERUSAHAAN	INAPPROPRIATE WORDS	MEANING	
1.	Ebjet pabrikan kaos (Ebjet prabican caos)	√	pabriCAN (BW) English (noun) restroom, room with a toilet (toilets) *John passed out in the can, *Note: very commonly used	Cao (BW) Chinese Fuck
2	PT Manunggal	√		
3	Kardus box painem	Bad word	Pain (BW) English No explanation. Similar words: pained, pain in the ass, in pain	

4	Ngadiman	Negative words	(NW) Dim English obscure/ to make obscure	Gad (NW) English to roam about restlessly
5	Percetakan DH	Bad word	Eta Japanese outcast. Lower class	
6	Bigraf	Negative word	Bi English (adj) bisexual note: abbreviated form of bisexual, “John is bi.”	
7	Mekar offset	Negative word	Off English to kill	
8	Timbangan abadi & timbangan damai	*Bad word	Bang English (verbtransitive) to fornicate Note: Does not seem to have intransitive use, “John banged Mary all night.” “John and Mary banged all night.”	Bad English (adj) poor, not good
9	Timbangan akur *timbangan acur	Bad word	Kur Macedonian dick Cur Romanian (neutr, nounpl cururi)? What the fuck do you want	
10	MSA Image	√		
11	Usaha las supartono *usahalassupartono	*Bad word *Negative word	(BW) Ass English 1). Noun, can, butt, behind, 2). Noun a pompous fool	(NW) No English 1). Noun refusal Note: opposite to yes 2).adverb, not, none

12	PT Yogyatek	Negative word	Ate English reckless impulse driving one to ruin	
13	SB Aluminium	√		
14	ST Aluminium	√		
15	AN	√		
16	pangeran aluminium ED	*Bad word *Negative word	(NW) Anger English no explanation. Similar words: dangerous, endangered	Anal (BW) English no explanation. Similar word: banal Pan (NW) English to criticize harshly
17	Carma craft	√		
18	Usaha bapak Sujito	√		
19	Usaha bapak Maryono	*Bad word *Negative word	Mary (BW) Mexican Spanish (noun) marijuana Note: (Mexican slang)	Mar (NW) English to destroy the perfection of
20	Furniture bp Widadi *furniturebpwidadi	Negative word	Reb English confederate soldier	
21	Fidela souvenir *Fidelasouvenir	Bad word	Aso ducth an anti social person. Note: A abbreviation of acociaal (anti-social)	Del Dutch A slut
22	Batik Suryanto	√		

23	PT Qumicon Indonesia *PT Qumy conyndonesya	*Negative words *Bad words	Done English no explanation. Similar words: abandoned, outdone, over- done. Ick English (expressing distaste	Mico Spanish monkey (lit), cunt Note: Costa Rica Con English to swindle
----	--	-------------------------------	--	---

Dari 23 nama usaha UMKM di wilayah Kota Yogyakarta terdapat 9 nama perusahaan yang diverifikasi dan dianggap bukan bagian dari sebuah nama. 9 nama perusahaan mengandung kata-kata yang buruk dan juga kata negatif setelah diverifikasi dengan kamus, kata kunci, slang, dan kata-kata lain lebih dari 70 bahasa yang digunakan di seluruh dunia.

Table 2. Language Family, Decomposition, and Global Registration

NO	NAMA PERUSAHAAN	Language family	English decomposition	Global registration
1.	Ebjet pabrikan kaos (Ebjet prabican caos)	West-germanic	18 words	generic domain
2	PT Manunggal	0	14 words	Generic and country domain
3	Kardus box painem	West germanic	26 words	Generic and country domain
4	Ngadiman	West Germanic	11 words	Generic dan country domain
5	Percetakan DH	Japonica and west Germanic	14 words	Generic dan country domain
6	Bigraf	West germanic	5 words	Generic dan country domain
7	Mekar offset	West Germanic	19 words	Generic and country domain

8	Timbangan abadi & timbangan damai	West Germanic	23 words	Generic and country domain
9	Timbangan akur *timbangan akur	*West Germanic *Slavic *Romance	19 words	Generic and country domain
10	MSA Image		17 words	Generic and country domain
11	Usaha las supartono *usahalassupartono	West generic	37 words	Generic and country domain
12	PT Yogyatek	West Germanic	6 words	Generic and country domain
13	SB Aluminium	0	17 words	Generic and country domain
14	ST Aluminium	0	18 words	Generic and country domain
15	AN	0	2 words	Country domain
16	pangeran aluminium ED	West Germanic	46 words	Generic and country domain
17	Carma craft	Romance	21 words	Generic and country domain
18	Usaha bapak Sujito	0	11 words	Generic and country domain
19	Usaha bapak Maryono	*Romance *West Germanic	23 words	Generic and country domain
20	Furniture bp Widadi *furniturebpwidadi	West Germanic	19 words	Generic and country domain

21	Fidela souvenir *Fidelasouvenir	West Germanic	22 words	Generic and country domain
22	Batik Suryanto	0	16 words	Generic and country domain
23	PT Qumicon Indonesia *PT Qumickon Indonesia	*West Germanic *Romance	32 words	Generic and country domain

Proses dekomposisi atau menyusun ulang dalam beragam kata baru dengan menggunakan thesaurus yang memiliki lebih dari 65,000 kata. Berapakah jumlah kata baru yang mampu disusun ulang. Paling sedikit terdapat 2 kata dekomposisi dan 46 kata dekomposisi pada nama usaha UMKM di wilayah Kota Yogyakarta.

Terdapat 15 nama usaha UMKM di wilayah Kota Yogyakarta yang masih termasuk dalam rumpun bahasa West Germanic. 4 nama termasuk dalam rumpun bahasa Romance, 1 nama termasuk rumpun bahasa Slavic dan 1 nama masuk ke dalam golongan rumpun bahasa japonese atau jepang. Registrasi Global merupakan pendaftaran domain yang sering digunakan adalah kode pribadi (Generic domain) dan kode negara (Country domain. Umumnya 23 perusahaan masih mendapat tempat untuk mendaftar nama domain tersebut, hanya ada 1 nama usaha UMKM yang kemungkinan memperoleh nama generic domain saja dan 1 nama usaha UMKM yang juga mungkin memperoleh nama country domain saja.

C. Kesimpulan

Penelitian yang sudah dilakukan menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Beberapa nama bukan termasuk dari bagian nama perusahaan sehingga terjebak memilih nama yang sulit dipahami dalam bahasa global.
2. Beberapa nama perusahaan mengandung unsur nama buruk dan nama berkonotasi negative dalam bahasa global.

3. Terkadang pelaku usaha tidak menyadari untuk memilih nama usaha yang kurang identik dengan jenis usaha yang akan dijalankan sehingga sulit dipahami oleh masyarakat.
4. Pelaku usaha UMKM masih percaya dengan menggunakan frase yang panjang dalam memilih nama usaha walaupun maknanya sering overlapping atau tumpang tindih bahkan maknanya kabur.
5. Pelaku usaha UMKM masih kurang terampil dalam menyusun nama usahanya
6. Faktor internal merupakan hal yang paling utama dalam membangun identitas perusahaan dan juga organisasi perusahaan
7. Faktor eksternal merupakan hal yang dapat dilakukan perusahaan agar dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat melalui media iklan atau humas.

Dari kesimpulan yang didapat maka penulis memberikan saran supaya dapat memilih nama usaha yang menarik konsumen ataupun masyarakat sebagai berikut:

1. Pelaku usaha UMKM perlu dilatih untuk menghindari pemilihan nama usaha yang asal-asalan.
2. Pelaku usaha UMKM perlu diberi pemahaman era global, sehingga perlu mempertimbangkan nama usaha yang menarik.
3. Pelaku usaha UMKM perlu mengkomunikasikan dengan iklan media cetak atau media elektronik
4. Pelaku usaha UMKM juga perlu menyadari pentingnya peran humas dalam mengkampanyekan nama usaha kepada masyarakat
5. Pelaku usaha UMKM perlu menyadari pemilihan nama usaha merupakan bagian visi dan misi sehingga sifatnya long term

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Kebijakan Fiskal (2012). Kebijakan antisipasi krisis tahun 2012 melalui program kredit usaha rakyat.
- Danar widiyanto (2018). Sandang Predikat 'City of Culture', Yogyakarta Jadi Tuan Rumah AMCA ke-8. Kedaulatan Rakyat. https://krjogja.com/web/news/read/80964/Sandang_Predikat_City_of_Culture_Yogyakarta_Jadi_Tuan_Rumah_AMCA_ke_8
- Deperindakoptan (2019). Daftar UMKM dan UKM di Kota Yogyakarta. http://umkm.jogjakota.go.id/direktori2/group.php?mod=klas&dus_klasifikasi=menengah&p=0
- Durk Gorter (2006). Introduction: the study of the linguistic landscape as a new approach to multilingualism. *International Journal of Multilingualism* vol 3 no 1
- Francesco Nacchia. (2017). A joint linguistic-marketing analysis of brand and products names. 169-186
- Igor A Bolshakov dan Alexander Gelbukh (2004). Computational Linguistic: model, resources, application. <https://www.gelbukh.com/clbook/>
- Kwon Haesook. (2010). Linguistic characteristics of domestic men's formal wear brand name. 11-12
- Letizia Mencarini (2018). The Potential of the Computational Linguistic Analysis of Social Media for Population Studies. <https://peopleswksh.github.io/pdf/PEOPLES09.pdf>
- Martha Herlinawati (2018). Yogyakarta ditetapkan sebagai kota kebudayaan ASEAN. <https://www.antaranews.com/berita/761557/yogyakarta-ditetapkan-sebagai-kota-kebudayaan-asean>
- Musaroh dan Tony Wijaya (2015). Studi eksplorasi profil usaha mikro kecil dan menengah klasifikasi kerajinan di daerah Kota Yogyakarta.

- Nely Merina (2006). Pengertian UMKM dan UKM? Bagaimana usaha kecil menengah di Indonesia. <https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm:starup/>
- Nengine (2019). A smart Naming Engine. <https://globalnaming.com/create-brand-name.php>
- Roberto dan Christopher (2016). We analyzed the names of almost every Chinese restaurant in America. This is what we learned. The Washington post. https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/04/08/we-analyzed-the-names-of-almost-every-chinese-restaurant-in-america-this-is-what-we-learned/?noredirect=on&utm_term=.c06aac9ab66e
- Undang – undang Nomor 20 tahun 2008 tentang umkm URL https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu_bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf

