

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di kalangan masyarakat, penerapan bahasa sering dipergunakan dalam berbagai konteks dan menginterpretasikan maksud dari seseorang secara tertulis atau tidak tertulis. Pengaplikasian bahasa dikalangan masyarakat bukan menjadi hal yang asing lagi karena sudah biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk menyampaikan apa yang ada dipikirkannya kepada lawan bicara. Dalam hal ini bahasa juga disebut sebagai sistem tanda yakni dapat mengidentifikasi asal daerah seseorang dengan mendengar bahasa yang diucapkan¹.

Bahasa merupakan alat komunikasi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari manusia untuk melakukan interaksi antar sesama. Secara garis besar, bahasa dapat dilihat dari sudut pandang makna, yang dimaksud dengan sudut pandang makna adalah bahasa sebagai alat untuk menyampaikan sesuatu yang terlintas didalam hati dan pikiran. Sedangkan pengertian lain dari bahasa adalah sistem yang dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat dikaidahkan. Sistem bahasa berupa lambang-lambang bunyi, setiap lambang bahasa melambangkan sesuatu yang disebut makna atau konsep².

¹Kushartani dkk, *Pesona Bahasa Langkah Awal Memahami Linguistik*, (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2007,) 4.

²Nofitasari, et al. "Penggunaan Bahasa Indonesia Di Kalangan Generasi Milenial" *INA-Rxiv*, 4 Januari 2019.2-3.

Dalam menerapkan bahasa tentunya terdapat dampak atau pengaruh pada lingkungan sekitar. Seperti halnya penggunaan bahasa gaul yang diterapkan oleh masyarakat di masa sekarang terlebih generasi muda telah membawa dampak negatif terhadap perkembangan bahasa Indonesia sebagai identitas bangsa. Hal tersebut juga dapat mengurangi nilai dan pengamalan isi dari Sumpah Pemuda yang diperingati setiap tanggal 28 Oktober. Maka dari itu, perlu adanya kesadaran masyarakat untuk tetap melestarikan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia³.

Bahasa merupakan tanda bunyi yang dipakai oleh suatu kelompok sosial sebagai alat komunikasi untuk melakukan interaksi antar sesama manusia. Seperti halnya yang disampaikan oleh Joseph Broam bahwasanya bahasa adalah sistem yang terstruktur dari simbol-simbol bunyi *arbitrer* yang dipergunakan oleh para anggota suatu kelompok sosial sebagai alat bergaul satu sama lain. Sedangkan menurut John W. Santrock menyatakan bahasa adalah gambaran komunikasi, baik itu dalam segi lisan, tertulis maupun tanda, yang didasarkan pada sistem icon atau lambang. Menurut Tim Dosen Filsafat Ilmu UGM menafsirkan bahwasanya bahasa adalah pernyataan pikiran atau perasaan seseorang sebagai alat komunikasi antar sesama manusia. Dari beberapa penafsiran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bahasa adalah suatu alat komunikasi yang berupa simbol-simbol yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan pikiran dan

³Ratna Prasasti Suminar, "Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Mahasiswa Unswagati" *JURNAL LOGIKA*, Vol. XVIII, No. 3, Desember 2016, 114-115.

perasaannya baik secara tertulis maupun tidak tertulis (lisan) kepada lawan bicara atau media lain⁴.

Media dalam komunikasi merupakan bentuk atau bagian penting khususnya bagi seseorang yang mempunyai usaha atau bisnis, bagi seseorang yang mempunyai usaha atau bisnis perlu yang namanya keahlian dalam menggunakan atau memakai media komunikasi dan siap untuk berkomunikasi dengan seseorang konsumen, tetapi tentu saja perlu diingat bahwasannya komunikasi yang dilakukan oleh seseorang yang mempunyai usaha tidak akan hidup tanpa adanya bahasa. Untuk itu, bentuk kegunaan bahasa yang ada dalam kehidupan sehari-hari sangatlah bermacam-macam sesuai dengan pemakaiannya, salah satu bentuk kegunaan bahasa yang tidak akan lepas dari bahasa-bahasa modern pada era revolusi ini yakni seperti halnya nama yang di gunakan pada makanan⁵.

Pada saat ini perkembangan bisnis di indonesia semakin berkembang. Baik itu di kota besar maupun kecil, tidak segan-segan para pengusaha mengumpulkan modal yang lebih banyak untuk bergelut di dunia bisnis meskipun berada dalam kondisi perekonomian yang cenderung tidak stabil. Berwirausaha atau bisnis pastinya akan bertemu dengan yang namanya persaingan. Sudah diketahui bahwa yang menjalankan usaha bukanlah hanya satu orang

⁴Muhammad Rijal, "Sarana Berfikir Ilmiah", *Jurnal Biology Science*, Vol. 6, No.2, Desember 2017, 180.

⁵Femi Oktaviani, Hubungan Antara Penggunaan Bahasa Gaul Dengan Keterbukaan Komunikasi Di Kalangan Siswa, *Jurnal Ilmu Komunikasi JIKA*, Vol.1, No 1 April 2014, 2.

saja, melainkan ada banyak yang menjalani profesi serupa, bahkan apa yang dijualpun juga sama. Karena sudah sangat jelas bahwasanya perubahan suatu lingkungan yang semakin hari semakin tidak menentu, sehingga menimbulkan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya orang yang mendirikan usaha, baik itu usaha besar atau menengah maupun usaha kecil. Banyaknya perusahaan tersebut akan mempengaruhi para usahawan tersebut dalam merintis usahanya. Biasanya suatu perusahaan dalam memasarkan suatu produk yang akan dijual itu masih mengalami kesulitan untuk memasarkan produknya kepada konsumen, oleh karena itu perusahaan harus lebih aktif dalam mengantisipasi adanya situasi tersebut dan memberikan inovasi terhadap produk ataupun brand yang menarik agar konsumen penasaran terhadap produk tersebut⁶.

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya memeluk atau menganut agama islam terbanyak di dunia. Produk-produk yang digunakan seorang muslim adalah produk yang halal dan nama-nama produknya harus sesuai dengan prinsip syariah⁷. Tetapi, pada saat era milenial ini beraneka ragam nama-nama produk atau nama makanan yang gaul yang di buat brand sehingga masyarakat banyak penasaran terhadap produk yang brandnya menggunakan brand unik, maka dari itu bagi masyarakat muslim terutama di Indonesia

⁶Didik Hariyanto, Memenangkan Persaingan Bisnis Produk Farmasi Melalui Marketing Public Relations, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, VOL. 4, NO. 1, April 2009, 38.

⁷Hayyun Durrotul Faridah, Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi, *Journal of Halal Product and Research*, Vol. 2, No, 2, Desember 2019, 2.

pengetahuan tentang boleh dan tidaknya menggunakan nama-nama unik pada makanan adalah hal yang penting⁸.

Pada saat era revolusi ini, semarak perkembangan beragam makanan yang menggunakan nama-nama gaul guna menarik keinginan konsumen, karena pada era revolusi ini terdapat fenomena/kejadian pemberian nama unik yang beragam kreatif dalam bentuk makanannya. Pemberian nama pada makanan itu bukan hanya mengetahui nama yang unik atau menarik keinginan konsumen saja melainkan untuk membangkitkan hasrat penasaran guna mencoba menu dari nama yang dimaksud⁹.

Makanan adalah kebutuhan pokok bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari dan setiap makanan memiliki *brand name* masing-masing untuk membedakan antara produk makanan satu dengan makanan yang lainnya. Selain untuk alat pembeda, dengan adanya nama juga akan berpengaruh dan mempermudah manusia untuk bisa memilih dan memilah makanan yang sesuai dengan keinginan atau selera dan kebutuhannya. Pemberian nama pada sebuah makanan itu juga dilakukan sebagai bentuk identitas, eksistensi, ataupun legitimasi. Bahkan dalam era revolusi ini, minat masyarakat terhadap kuliner sangat tinggi. Oleh karena itu, pemberian nama pada makanan menjadi hal yang

⁸Hasni Arifiyah Siregar, Skripsi: “Analisis Pemberian Nama Makanan Sebagai Syarat Sertifikasi Halal” (Padangsidempuan: IAIN, 2020),2.

⁹Dwi Noviasari, Skripsi: “Diksi Dalam Penamaan Kuliner Kreatif Di Kota Malang” (Malang: UNMUH, 2015), 3.

sangat dibutuhkan untuk membedakan antara satu produsen dengan produsen lainnya meskipun produk yang dihasilkan sama¹⁰.

Bisnis makanan merupakan bisnis atau usaha yang menjanjikan karena makanan adalah kebutuhan manusia yang pasti akan dicari di beberapa daerah di Indonesia, khususnya di Kabupaten Bangkalan terdapat makanan kuliner yang terkenal seperti bebek sinjay dll. Pada saat ini banyak orang yang mempunyai usaha makanan dengan memberikan nama unik pada makanan tersebut. Terkadang nama yang di ambil adalah nama dari seorang yang memiliki warung tersebut misalnya, warung sate H. Muhammad, ada juga memakai nama kecamatan, dan juga nama unik lainnya seperti, mie setan, pentol janda, mie pecut, nasi keranda, dan lain-lain. Dalam perkembangan dunia bisnis, mayoritas pemilik usaha tersebut memiliki ide baru guna makanan atau produk yang di jual menarik konsumen. Disamping itu membuat penasaran konsumen pada bentuk atau kemasan makanan ataupun nama-nama unik pada makanan, serta membuat seseorang untuk mengunjungi tempat produksi tersebut¹¹.

Nama merupakan hal yang sangat penting, karena nama sebagai simbol kelompok orang atau sebuah benda yang menggunakan nama tersebut dan sebuah nama akan menentukan keberhasilan. Keberhasilan yang dimaksud adalah keberhasilan dalam memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dari usaha

¹⁰Irwan Suswandi, Gender Dalam Pelabelan Nama Kuliner Nusantara, *Jurnal Mimesis*, Vol. I, No. 1, h. 2.

¹¹Siti Nur Faiza, Skripsi: “Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 Terhadap Penolakan Sertifikasi Label Halal Mui Surabaya Pada Produk Mie Setan” (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), 1.

yang dilakukan, untuk mempunyai keberhasilan tersebut, maka seseorang atau pelaku usaha biasanya melakukan pemasaran. Pemasaran adalah segala kegiatan yang terkait dengan iklan atau penjualan secara eceran.

Pemasaran mempunyai peran dalam suatu bisnis baik berskala nasional atau intrnasiaonal karena kesuksesan produk di tentukan oleh strategi pemasaran yang dibuat. Pada saat ini, perkembangan usaha yang penuh dengan persaingan mengharuskan untuk semakin inovatif dalam memproduksi ataupun memberi brand dalam produk yang di butuhkan oleh konsumen. Jika suatu perusahaan tidak memiliki inovasi maka produsen akan semakin tidak terlihat dalam persaingan dengan perusahaan lain. Jika suatu produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka akan kehilangan kepercayaan bahkan akan kehilangan konsumen yang memiliki loyalitas pada produk tersebut. Namun, produk yang bisa memenuhi harapan konsumen dan merasa puas atas produk yang dihasilkan maka konsumen akan melakukan pembelian secara terus menerus dan menghasilkan loyalitas konsumen¹².

Pemasaran islam (*Marketing syariah*) merupakan suatu proses bisnis yang seluruh prosesnya berdasarkan nilai-nilai islam. Dan merupakan cara dalam memasarkan bisnis yang mengedepankan nilai-nilai yang mengangungkan keadilan dan kejujuran .dengan pemasaran islam, seluruh proses tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip islam, hal tersebut telah dicontohkan oleh

¹²Wiwik Saidatur Rolianah, *Pemasaran Dalam Perspaktif Islam*, (Gresik: GUEPEDIA, 2019), 1.

Rasulallah SAW, tentang kegiatan perdagangan yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah, serta tetap, memperoleh keuntungan¹³.

Dalam praktiknya, setiap kegiatan pemasaran harus diawali dengan melakukan riset, mendesain, menciptakan, memperkenalkan, mengomunikasikan, dan menyerahkan kepada konsumen. Dengan demikian, pemasaran menjadi suatu proses untuk memenuhi kebutuhan dan dapat memuaskan konsumen¹⁴.

Seiring perkembangan zaman dan teknologi di era revolusi saat ini persaingan dalam dunia usaha atau bisnis semakin ketat. Hal tersebut dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Untuk itu, perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan atau konsumen. Dalam hal ini, perusahaan harus memiliki strategi baik dalam mencapai tujuan perusahaan maupun dalam hal memuaskan pelanggan. Perusahaan harus bisa menciptakan nama produk (merek) untuk produk maupun jasa yang memiliki nilai bagi para pelanggan. Hal tersebut bukanlah hal yang mudah mengingat persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Perusahaan harus mengarahkan semua unsur dalam perusahaan terutama dalam bidang pemasaran untuk dapat memberikan atau menetapkan merek atau nama produk pada posisi yang baik di mata pelanggan¹⁵.

¹³Tati Handayani dan Muhammad Anawar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019), 14.

¹⁴*Ibid.*, 23.

¹⁵Veithal Rival Zainal dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 326.

Seorang pembisnis harus inovatif dan kreatif agar terus mengeksplorasi produk-produk yang bervariasi serta mengikuti trend saat ini. Hal tersebut juga diterapkan dalam penetapan dan penentuan nama produk. terutama pada produk makanan yang memiliki nama-nama unik seperti Bakso Beranak, Mie Setan, Ceker Setan, Nasi Pocong, Mie Kober, Es Buto Ijo, Mie Santet dan lain-lain. Pemberian nama unik pada makanan tersebut dilakukan tentunya agar penjual dapat menarik pelanggan untuk membeli produk yang telah diciptakan, terutama generasi milenial yang menjadi sasaran utamanya.

Pemberian nama unik juga mempengaruhi strategi promosi atau marketing, jika nama produk unik maka akan lebih mudah melakukan promosi dan membuat pelanggan banyak tertarik, begitulah trend kuliner di era revolusi ini. Meskipun nama unik sangat menarik dalam upaya marketing namun sangat perlu diperhatikan dalam prinsip syariahnya, mulai dari kehalalan proses pembuatannya, bahannya, pemberian nama unik yang harus sesuai dengan marketing syariah, cara pelayanannya, agar pembeli tidak hanya tertarik akan nama uniknya tapi juga marketing syariahnya mengingat negara Indonesia mayoritas masyarakatnya pemeluk agama islam. Sehingga peneliti sangat tertarik untuk meneliti mie perang tersebut, apakah marketingnya sudah sesuai dengan prinsip syariah atau belum.

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin meneliti lebih dalam tentang brand atau nama produk pada makanan dan pemasarannya yang harus disesuaikan dengan nilai-nilai islam. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul **“Analisis**

Pemberian Nama Unik Pada Makanan Menurut Marketing Syari'ah (Studi Kasus Mie Perang Jl. Kh. Hasyim Asyari No. 37a / Jl. Pemuda Ahmad No, 23 Kota Bangkalan).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat diambil rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: Bagaimana Analisis Pemberian Nama Unik Pada Makanan Menurut Marketing Syari'ah (Studi Kasus Mie Perang Jl. Kh. Hasyim Asyari No. 37a / Jl. Pemuda Ahmad No, 23 Kota Bangkalan)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Adapun tujuan penelitian ini adalah: Untuk Mengetahui Analisis Pemberian Nama Unik Pada Makanan Menurut Marketing Syari'ah ((Studi Kasus Mie Perang Jl. Kh. Hasyim Asyari No. 37a / Jl. Pemuda Ahmad No, 23 Kota Bangkalan))
2. Hasil penelitian ini di harapkan berguna bagi berbagai pihak, yaitu:
 - a. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru terkait pemberian nama unik pada makanan menurut marketing syariah.
 - b. Bagi Akademisi Universitas
Penelitian ini diharapkan bisa membantu akademisi sebagai literasi kampus yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya khususnya

mahasiswa ekonomi syariah Fakultas Keislaman UTM dalam bidang ekonomi syariah dan pemasaran syariah.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru kepada masyarakat tentang fenomena pemberian nama unik pada makanan menurut marketing syariah.

D. Kajian Pustaka

Sejauh ini dalam penelitian untuk mendapatkan hasil yang maksimal, penulis akan menguraikan kajian penelitian terdahulu sebagai penunjang penelitian ini yang di dalamnya berkaitan dengan pembahasan, diantaranya kajian penelitian yang di dalamnya membahas tentang:

1. Skripsi Siti Nur Faiza, dengan Jurusan Hukum Perdata Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Ekonomi Syariah Surabaya (2019) dengan judul "*Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 Terhadap Penolakan Sertifikasi Label Halal Mui Surabaya Pada Produk Mie Setan*". Bahwasannya skripsi Siti Nur Faiza membahas tentang hukum nama produk makanan dengan sebutan setan, penelitian Siti Nur Faiza menganalisis dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dalam hal dan penetapan sertifikat halal.
2. Skripsi Hasni Arifiyah Siregar, dengan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum. S Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan (2020) dengan judul "*Analisis Pemberian Nama Makanan*

Sebagai Syarat Sertifikasi Halal” skripsi Hasni Arifiyah Siregar ini membahas tentang hukum standarisasi sertifikasi halal, tentang syarat-syarat sertifikat halal dan bagi pengusaha yang ingin mempunyai sertifikat halal harus diantara memahami persyaratan sertifikasi halal, mengikuti pelatihan. Bedanya dengan skripsi peneliti, peneliti ingin mengetahui pemberian nama unik pada makanan ditinjau dalam marketing syariah.

3. Jurnal yang ditulis oleh Jalan Profesor Haji Soedarto, dengan judul Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. Dalam jurnal ini menjelaskan tentang Merek yang kuat dapat menarik konsumen untuk menggunakannya sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian, sedangkan syarat yang kuat adalah citra merek (brand image). Jadi dalam jurnal ini citra merek terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan, artinya apabila citra merek semakin baik maka keputusan pembelian juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama menciptakan brand unik untuk menarik konsumen, sedangkan perbedaan dengan skripsi peneliti adalah peneliti membahas menganalisis pemberian nama unik pada Mie Perang yang ditinjau dalam marketing syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman kemana arah pembahasan ini, maka penulis penelitian ini menggunakan sistematika dengan menggunakan lima bab, sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi beberapa hal dasar dalam melakukan penelitian, antara lain, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang telaah serta penjelasan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian. Tujuannya adalah sebagai landasan untuk pembahasan terkait masalah yang diteliti agar mudah dipahami oleh pembaca. Dalam bab ini penulis menjelaskan pengertian brand/merek, kajian marketing syariah pemberian merek dalam marketing syariah, dan pengertian unik.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang metode yang digunakan peneliti dalam proses penelitian.

BAB IV Analisis Hasil Penelitian

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian, Pemberian Nama Unik Pada Makanan Studi Kasus Mie Perang Jl. Kh. Hasyim Asyari No. 37a / Jl. Pemuda Ahmad No, 23 Kota Bangkalan)

BAB V Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran.