

RAGAM KOSAKATA BAHASA ARAB DALAM PENAMAAN HOTEL DI SURABAYA

Kamal Yusuf, Qomarotul Lail Safrianti, Nailah Rofifah, Adam Nashirullah
UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: kamalinev@gmail.com, a71219065@student.uinsby.ac.id,
a71219061@student.uinsby.ac.id, a91219072@student.uinsby.ac.id

Abstract: *This study aims to explain the use of various Arabic vocabulary for hotel names in Surabaya. The method used is descriptive-qualitative method. The data was obtained from the android-based hospitality application, namely Booking.com and Traveloka.com. The data is collected, classified, analyzed, then concluded based on linguistic studies, namely linguistic characters, the use of sharia names, and the combination of Arabic with other languages. Based on linguistic characteristics, the names of hotels in Surabaya use singular nouns with a percentage of 89%, while the remaining 5 percent are in the form of verbs and 6% are in the form of Idhofah and plural. The names of hotels that use the word "sharia" in Surabaya have seven patterns, generally include the general name of the hotel then the type of accommodation and the addition of the word "sharia". Almost all hotels in Surabaya that use Arabic consist of one word and besides that, several hotels have their names combined with various languages, namely Indonesian, Javanese, and English.*

Keywords: *Names, Naming, Arabic, Sociolinguistics.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penggunaan ragam kosakata bahasa Arab nama-nama hotel di Surabaya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif-kualitatif. Data-data diperoleh dari aplikasi perhotelan berbasis android yaitu Booking.com dan Traveloka.com. Data-data tersebut dikumpulkan, diklasifikasi, dianalisis, kemudian disimpulkan berdasarkan kajian kebahasaan yaitu karakter linguistik, penggunaan nama syariah, dan kombinasi bahasa Arab dengan bahasa lainnya. Berdasarkan karakteristik linguistiknya, nama-nama hotel di Surabaya menggunakan kata benda tunggal dengan presentase 89%, sedangkan sisanya 5 persen berupa kata kerja dan 6% berbentuk Idhofah dan jamak. Nama-nama hotel yang menggunakan kata "syariah" di Surabaya memiliki tujuh pola, umumnya mencantumkan nama umum hotel kemudian jenis akomodasi dan penambahan kata "syariah". Hampir semua hotel di Surabaya yang menggunakan bahasa Arab terdiri dari satu kata dan selain itu juga beberapa hotel penamaannya dikombinasikan dengan berbagai bahasa yaitu Indonesia, Jawa, dan Inggris.*

Kata kunci: *Nama, Penamaan, Bahasa Arab, Sociolinguistik*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi antar masyarakat. Salah satu ciri bahasa yang paling menonjol adalah kedinamisannya. Bahasa terus bergerak dan berubah sesuai dengan keadaan penutur. Perubahan ini terjadi karena faktor internal maupun eksternal. Perubahan

internal terjadi karena perkembangan proses komunikasi antar penutur. Perubahan eksternal terjadi karena kontak antar bahasa. Kaitan dengan makna bahasa, objek penelitian ini adalah penamaan. Dalam kehidupan yang kompleks, nama menjadi tanda pengenalan identitas diri yang sangat vital. Nama digunakan untuk melabeli setiap individu, makhluk, benda, kegiatan, maupun peristiwa.

Dalam KBBI¹ penamaan memiliki arti cara atau proses. Sedangkan Kridalaksana (dalam Sholehah)² mengartikan penamaan sebagai proses pencarian lambang untuk menggambarkan suatu objek, konsep, maupun proses, dan sebagainya, dengan perubahan makna ataupun menciptakan kata dan kelompok kata. Singkatnya, penamaan adalah pelambangan pada suatu konsep yang merujuk pada satu referen di luar bahasa.

Penamaan bisnis hotel dengan bahasa Arab di Surabaya menjadi objek penelitian ini. Bisnis hotel dipilih karena termasuk salah satu sektor penunjang perekonomian di kawasan Surabaya. Hotel menyediakan layanan kamar bagi pengunjung. Menurut kamus Oxford *The Advance Learner's Dictionary*³, hotel adalah “*Building where meals and rooms are provided by travelers*“ yaitu bangunan yang menyediakan jasa layanan ruangan maupun makanan bagi tamu atau pengunjung. Bisa disimpulkan bahwa hotel merupakan bangunan yang dikelola secara komersial menyediakan ruangan, makanan, minuman, maupun jasa layanan lainnya serta diperuntukkan untuk umum.

Hotel diklasifikasikan beragam. Hal ini berdasarkan kepemilikan, ukuran tanah yang digunakan, lokasi hotel tersebut, kapasitas jumlah kamar, fasilitas yang disediakan, maupun kualitas pelayanan⁴. Selain itu hotel juga diklasifikasikan berdasarkan bintang. Semakin tinggi bintang yang diperoleh menandakan semakin tinggi pula kualitas hotel tersebut.

Nama akan membentuk citra ataupun persepsi di benak seseorang. Untuk itulah nama hotel harus dapat mengidentifikasi karakteristik hotel tersebut. Hal ini untuk membentuk *branding* tertentu, terutama nama yang informatif, bermakna, dan khas. Sebuah *survey* oleh Kohli dan LaBhan⁵ terhadap 101 perusahaan, mengungkapkan bahwa nama merk sangat

¹ KBBI online 2016, diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penamaan>

² Sholehah, Nur Izzanatus. *Penamaan Dan Makna Asosiatif Pada Nama-Nama Kuliner Unik Di Surabaya: Kajian Semantik*, Surabaya: Universitas Airlangga, 2015.

³ Dictionary, Oxford. *The Advance Learner's Dictionary*, Oxford: Oxford University Press, 1998.

⁴ Al-Jarf, Reima. „Linguistic Cultural Characteristic of Hotels Name in Saudi Arabic: The Case of Makkah, Madinah, and Riyadh.“ *International Journal of Linguistic Literature and Translation*” 4, 2021, 161-168.

⁵ Kohli, W Chiranjeev and LaBahn Douglas. *Creating Effective Brand Names: A Study of the Naming Process*, California: California State University, 1995.

penting untuk keberhasilan suatu produk. Nama merk dengan citra yang kuat akan memengaruhi pilihan konsumen.

Para pelaku bisnis perhotelan berlomba-lomba dalam menciptakan berbagai pelayanan dan terobosan yang unik serta khas untuk menggaet konsumen. Sebut saja konsep *eco-friendly approach*, *personalized service*, maupun penamaan hotel dengan bahasa asing. Untuk itulah para pelaku bisnis perhotelan mulai membuka diri menamakan hotelnya dengan bahasa Arab. Selain untuk menarik perhatian pengunjung, akhir-akhir ini muncul model bisnis hotel syariah. Pariwisata berlabel halal juga kian marak di gaungkan. Sehingga penamaan hotel dengan bahasa Arab efektif menarik perhatian serta mendukung wisata halal.

Bahasa Arab merupakan rumpun bahasa Semit yang ditetapkan PBB sebagai bahasa internasional. Dituturkan lebih dari 280 juta orang di kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara. Selain itu bahasa Arab juga dijadikan bahasa nasional di 25 negara. Penutur yang cukup besar dan tersebar di berbagai belahan dunia mengakibatkan bahasa Arab tidak asing di dengar. Di Indonesia, bahasa Arab memberi sumbangsih kosa-kata kepada bahasa Indonesia. Oleh karena itu, masyarakat sangat familiar dengan bahasa tersebut. Selain karena Bahasa Arab yang kerap diidentikkan dengan bahasa agama Islam sebagai imbas dari bahasa Al-Qur'an.

Dalam penelitian ini penamaan Bahasa Arab dalam bisnis hotel dibatasi hanya untuk kota Surabaya. Surabaya dipilih karena merupakan pusat pemerintahan dan perekonomian Provinsi Jawa Timur. Sebagai ibukota provinsi, di Surabaya banyak ditemukan berbagai model bisnis, tak terkecuali bisnis akomodasi yaitu perhotelan. Selain itu Surabaya juga memiliki potensi pariwisata sejarah kepahlawanan, sehingga sering dikunjungi wisatawan.

Masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini ada tiga hal. Pertama, ragam kosakata berdasarkan karakteristik linguistik. Kedua, ragam kosakata berdasarkan penambahan kata "syariah." Ketiga, ragam kosakata Bahasa Arab bercampur dengan bahasa lainnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui seluk beluk Bahasa Arab dalam penamaan bisnis hotel di Surabaya. Dan untuk mengetahui kualitas berbahasa Arab masyarakat dalam penggunaannya di kehidupan, khususnya bisnis. Apakah penamaan tersebut sudah sesuai dengan kaidah bahasa Arab ataupun belum. Hal ini mencakup pemakaian Bahasa Arab tetapi dengan struktur bahasa asing. Pemakaian Bahasa Arab tetapi dengan struktur bahasa Indonesia. Pemakaian Bahasa Arab bercampur dengan bahasa asing. Pemakaian Bahasa Arab bercampur dengan Bahasa Indonesia.

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini ada tiga hal. Pertama, secara praktis penelitian ini dapat menjadi tolak ukur sejauh mana kemampuan masyarakat dalam berbahasa Arab dilihat dari kosakata yang dipakai. Kedua, secara akademis, penelitian ini diharapkan

mampu menjadi referensi yang berkaitan dengan kajian linguistik maupun sosiolinguistik. Ketiga, secara teoritis penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan peneliti maupun pembaca.

KAJIAN PUSTAKA

Kosakata merupakan salah satu aspek linguistik yang memegang peranan penting dalam suatu bahasa. Secara singkat Tarigan⁶ mendefinisikan kosakata sebagai kekayaan kata yang dimiliki oleh setiap bahasa. Sedangkan menurut Adiwirarta (dalam Husen, 1994: 7) kosakata merupakan sejumlah kata dan frasa yang memiliki batasan dan keterangan disusun secara alfabetis dalam suatu bahasa. Kesimpulannya kosakata adalah kumpulan kata yang dimiliki oleh setiap bahasa dengan kaidah tertentu.

Dalam istilah linguistik, nama dikenal dengan *proper name/ proper noun*. Menurut Kridalaksana⁷ *proper name* memiliki arti “nama benda, tempat, seseorang, maupun aktivitas”. Sedangkan secara istilah, Palmer (dalam Febriani)⁸ menyebutkan bahwa nama disebut juga dengan *proper nouns* yang dapat digunakan sebagai nama aspek, orang, maupun benda dan memiliki makna tertentu. Nama sangat penting kaitannya dalam kehidupan, karena dijadikan identitas setiap pemiliknya, sehingga dapat membedakan mereka dengan yang lain.

Hudson⁹ menyebutkan nama sebagai tanda linguistik yang paling jelas dalam hubungan sosial. Penamaan setiap hal dipengaruhi oleh beberapa faktor, misal agama, budaya, bahasa, maupun latar belakang sosial yang berkembang¹⁰. Pilihan nama pada suatu hotel adalah fitur penting untuk menyampaikan identitas, nilai, dan keunikannya. Nama hotel ini akan membentuk kesadaran seseorang saat ditemukan dalam internet dan cara seseorang melihat hotel tersebut. Kesimpulannya, nama menjadi salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran perhotelan.

Karena pentingnya nama dalam pemasaran dan komunikasi pasar, tinjauan literatur menunjukkan beberapa ulasan mengenai riset hotel. Riset di Cina, yang menganalisis 155 makalah akademis yang diterbitkan antara tahun 1984 hingga 2009 mengungkapkan bahwa

⁶ Tarigan, Henry Guntur. *Prinsip-prinsip Dasar Metode Riset Pengajaran dan Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Angkasa, 2009, hlm 197

⁷ Kridalaksana, Harimurti. *Kamus Linguistik*, Jakarta: Gramedia, 2009, hlm 161

⁸ Febriani, Khusnul Khotimah dan Ika. „Kajian Semantik Nama Diri Mahasiswa Madura di Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Trunojoyo Madura.“ *Jppsi* 52-53., 2019, hlm 52

⁹ Hudson, Simon. *Tourism Management and Hospitality Marketing: A Global Perspective*, London: Sage Publication, 2008, hlm 22

¹⁰ Temaja, I Gede Bagus Wisnu Bayu. „Sitem Penamaan Orang Bali.“ *HUMANIKA* 24 (2), 2017, 60-72.

tema yang paling sering diteliti adalah hotel manajemen, kinerja, strategi pengembangan hotel, serta analisis lingkungan hotel¹¹. Selain itu studi lain oleh Chu (2014) menemukan tema penelitian yang paling populer adalah: pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan teknologi.

Di Indonesia, Susanto¹² meneliti 224 hotel berbintang di Bali, dan menemukan bahwa hotel dengan nama menggunakan bahasa asli telah menurun dari 39% dari hotel yang didirikan sebelum 1990-an, menjadi 11% dari hotel yang didirikan pada tahun 2010-an. Nama hotel dengan bahasa asing telah meningkat dari 34% dari tahun 1900-an, menjadi 77% di tahun 2010-an. Sedangkan nama hotel menggunakan bahasa campuran, telah umum digunakan sejak tahun 1950-an dan terus berlanjut hingga saat ini.

Sedangkan di Arab Saudi, Al Jarf¹³ dalam penelitiannya berjudul *Linguistic-cultural Characteristics of Hotels Name in Saudi Arabia*, yang meneliti nama-nama hotel di kota Makkah, Madinah, dan Riyadh. Menyimpulkan bahwa sebagian besar nama-nama hotel ketiga kota tersebut terdiri dari dua senyawa kata. Sementara itu, nama hotel yang berada di kota Makkah dan Madinah secara peradaban mencerminkan budaya Islam yang kental.

Di Surabaya, tinjauan literatur menunjukkan kurangnya studi yang menyelidiki tentang nama-nama hotel dengan bahasa asing. Hal ini berbanding terbalik dengan jumlah hotel dengan bahasa asing yang dapat ditemukan sepanjang Surabaya. Sehingga penelitian ini sangat menarik untuk diwujudkan. Namun hanya dibatasi untuk nama hotel yang menggunakan bahasa Arab saja.

METODE

Berdasarkan fokus dan tujuannya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan mendeskripsikan penamaan hotel yang berupa kelompok kata atau frasa. Nama-nama hotel dideskripsikan untuk menjawab fokus penelitian, kemudian dianalisis, sehingga mencapai tujuan penelitian.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata lisan maupun tertulis dari subjek yang diamati¹⁴. Metode kualitatif berupa kata-

¹¹ Al-Jarf, Reima. „Linguistic Cultural Characteristic of Hotels Name in Saudi Arabic: The Case of Makkah, Madinah, and Riyadh.“ *International Journal of Linguistic Literature and Translation* 4, 2021, 161-168.

¹² Putu Chris Susanto, dkk. *Paradox of Hotel Brand Names In Bali: Divergence between Naming Trends and Consumer Perception*. Denpasar: Universitas Dhiyana Pura, 2019.

¹³ ibid

¹⁴ Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya, 2013, Hlm 4

kata yang menekankan realitas sosial. Penelitian kualitatif dilakukan dengan berbagai model seperti studi kasus, analisis teks, biografi, fenomenologi, dan seterusnya¹⁵.

Dalam penelitian ini mengambil model fenomenologi, berupa fenomena penamaan hotel dengan Bahasa Arab. Fenomena tersebut diungkap kemudian dipaparkan secara deskriptif. Penguraian dan analisis secara mendalam diharapkan mampu mencapai tujuan penelitian, yaitu menghasilkan proposisi-proposisi yang berkaitan dengan penamaan hotel dalam Bahasa Arab tersebut. Adapun pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan sosiolinguistik, yaitu suatu cabang ilmu linguistik bersifat interdisipliner dengan ilmu Sosiologi, yang mengkaji bahasa kaitannya dengan penggunaan dalam masyarakat¹⁶.

Data dalam penelitian ini adalah penamaan hotel dengan Bahasa Arab di Surabaya. Teknik pengumpulan data ini adalah observasi non-partisipan. Sumber data diperoleh dari aplikasi perhotelan berbasis lokal maupun internasional di *Smartphone* Android, yaitu Booking.com dan Traveloka. Booking.com merupakan *Startup* asal Amsterdam Belanda yang telah berkembang menjadi perusahaan perjalanan digital terbesar di dunia, dan merupakan bagian dari *Booking Holdings Inc.* Sedangkan Traveloka adalah *startup* yang telah berevolusi menjadi salah satu *unicorn* tersukses asal Indonesia yang melayani akomodasi tiket maupun perhotelan, sejak 2015 lalu telah berekspansi ke wilayah Asia Tenggara.

Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam penelitian ini ada empat. Pertama, pengumpulan data, dalam hal ini observasi terkait nama-nama hotel berbahasa Arab di Surabaya secara mendalam apakah mereka terdiri dari satu kata atau lebih dan apakah nama hotel tersebut kata kata benda tunggal atau jamak, dan atau bentuk lainnya. Kedua reduksi dan kategorisasi data, nama-nama hotel tersebut diklasifikasikan. Hal ini berdasarkan, jenis akomodasi, yaitu rumah, kost, tempat tinggal, motel maupun apartemen. Serta diklasifikasikan berdasarkan komponen penyusun kosakata. Ketiga, *display* data, dalam proses ini peneliti menyajikan dan menyusun data yang telah diklasifikasikan dengan naratif. Keempat, penarikan kesimpulan, mencakup informasi penting hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ragam Kosakata Berdasarkan Karakter Linguistik

Dari 199 hotel yang ada di Surabaya, melalui aplikasi Booking.com dan Traveloka, kami menemukan 56 hotel yang menggunakan bahasa Arab dalam komponen namanya. Dalam

¹⁵ Mihammad. *Metode Penelitian Bahasa*, Yogyakarta: Ar Ruz Media, 2011, Hlm 30

¹⁶ Abdul Chaer, dan Leonie Agustina. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995, Hlm 5

hal ini mempresentase 30 % dari keseluruhan hotel di Surabaya. Nama-nama tersebut, semuanya terdiri dari dua kata atau lebih yang dikombinasikan dengan bahasa lain. Nama-nama hotel di Surabaya yang menggunakan kosa-kata bahasa Arab 89% berupa isim mufrad, 5 % kata kerja, serta 6 % kata lain.

Pertama kata benda tunggal. Hal ini terdapat nama-nama berikut: *Harris Hotel*, kosa kata bahasa Arab terdapat pada kata “*harris*” yang berarti pengawal. Selanjutnya *Zeidan House*, dalam bahasa Arab “*zeidan*” berarti nama seseorang atau isim ‘alam. *Penginapan Nabila*, kosa kata bahasa Arab terdapat pada kata “*nabila*” artinya mulia. *Zen Hotel*, dalam bahasa Arab “*zen*” berarti keindahan atau hiasan. *Kost Sofie*, kosakata Arab “*sofi*” berarti teman baik. Selanjutnya *Namira Hotel*, “*namira*” dalam bahasa Indonesia berarti bangsawan. *Hotel Sahid*, kosakata bahasa Arab terdapat pada kata “*sahid*” yang berarti bahagia kosakata ini juga populer dalam Al-Qur’an. *Andalus Hotel*, “*andalus*” dalam bahasa Arab memiliki arti nama kota. *Al-Thalib*, “*al-thalib*” dalam bahasa Indonesia artinya mencari. *Hadi Park*, kosakata Arab terdapat pada kata “*hadi*” yang artinya petunjuk, kosakata ini juga populer dalam Al-Qur’an. *Dan Sakinah Homey*, kata “*sakinah*” dalam bahasa Indonesia berarti tenang.

Kedua, kata kerja. Nama hotel di Surabaya yang menggunakan kata kerja adalah *Alana Hotel*, dan *Kana Citra Guesthouse*. Kosakata “*alana*” merupakan fiil madhi atau kata kerja lampau yang berarti menerangkan. Sedangkan “*kana*” merupakan fiil madhi.

Selain itu ada satu nama hotel yang berupa huruf, yaitu *Grand Inna*. Ada juga dalam bentuk *idhofah*, seperti pada nama *Babussalam Homestay*. Serta kata benda Jamak yang terdapa pada nama hotel *Nisa Home*. Kosakata “*nisa*” dalam bahasa Arab jamak dari kata “*imroatun*” yang berarti perempuan.

Tabel 1: karakter linguistik

Unsur linguistik	Presentase
Kata benda tunggal	89%
Kata kerja	5%
Kata laiin (idhofah, jamak, huruf)	6%

Ragam Kosakata Arab Syariah

Secara budaya 31% nama hotel di kota Surabaya mencerminkan karakter Islam. Hal ini terlihat dari penamaan hotel dengan label syariah. Dari 199 hotel yang diteliti, kami menemukan 63 hotel yang menggunakan kosa-kata syariah di dalamnya.

Hotel syariah mempresentasikan budaya Islam. Secara operasional, pelayanan dan fasilitasnya hampir sama dengan hotel konvensional pada umumnya. Namun, disisipkan prinsip dan pedoman Islam dalam pengoperasian. Penggunaan nama syariah ini untuk memproklamirkan spiritualitas sebuah hotel kepada publik. Selain sebagai upaya untuk mendukung pariwisata halal yang sedang giat di promosikan oleh pemerintah.

Nama-nama hotel syariah di Surabaya umumnya berpola nama umum (*proper name*) kemudian diikuti jenis akomodasi dan penambahan kata “syariah.” Nama umum ini merupakan istilah khusus yang menggambarkan identitas suatu hotel yang hanya dimiliki oleh hotel tersebut. Sedangkan jenis akomodasi termasuk istilah umum yang bertujuan memudahkan seseorang dalam mengkategorikan istilah tersebut. Hasil analisis data diketahui bahwa nama hotel syariah di Surabaya menyebutkan jenis akomodasi seperti apartemen, tempat tinggal, penginapan, kost, menara, dan hotel. Hal ini kami menemukan beberapa pola yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut:

- **Nama umum + syariah:** *Aw Cozy Syariah; Juwingan Syariah; Tjahaya Baru Syariah, Audah Sevana Syariah; Bumi Banyu Bening Syariah; RedDoorz Syariah; Anugrah Rr Syariah*
- **Nama umum + nama tempat + syariah:** *Al-Thalib Prapen Syariah, Grand Kalimas Syariah.*
- **Nama umum + jenis akomodasi + syariah:** *La'ana Residence Syariah; Sky Residence Kriskencana Syariah; Zeidan House Syariah; Az-Zahra Residence Syariah; Vandhela Homestay Syariah; Kembang Kuning Residence Syariah; Nadia Homestay Syariah; Erga Family Residence Syariah; Andalus Hotel Syariah, Kool Kost Syariah, New Cahaya Hotel Syariah, Medokan House Syariah.*
- **Nama umum + syariah + jenis akomodasi:** *Kartika Syariah Homestay; Sunshine Syariah Homestay; Graha Ara Syariah Homestay; Namira Syariah Hotel; Audah Syariah Residence*
- **Jenis akomodasi + syariah + nama umum:** *Hotel Syariah Walisongo Surabaya, Graha Syariah Matahari*
- **Jenis akomodasi + nama umum + syariah:** *Griya Nina Syariah; Hotel Andita Syariah; Penginapan Nabila Syariah; Rumah Familiku Syariah, Graha Ara Syariah; Graha Rahadi Syariah; Griya Aisyah Syariah*
- **Jenis akomodasi + nama umum + syariah:** *Kost Sofie Syariah; Hotel Global Inn Syariah; Homestay Harmony Syariah; Rumah Oma Syariah; Hotel Walan Syariah*

Tabel 2: Pola penamaan hotel syariah di Surabaya

	Rumus pola	Presentase
Pola 1	Nama umum + syariah	13 %
Pola 2	Nama umum + nama tempat + syariah	2%
Pola 3	Nama umum + jenis akomodasi + syariah	48%
Pola 4	Nama umum + syariah + jenis akomodasi	10%
Pola 5	Jenis akomodasi + syariah + nama umum	2%
Pola 6	Jenis akomodasi + nama umum + syariah	17%
Pola 7	Jenis akomodasi + nama umum + syariah	8%

Ragam Kosakata Bahasa Arab Bercampur dengan Bahasa lain dan Struktur Pembentukan Istilahnya

Hampir semua nama hotel dengan bahasa Arab yang ada di Surabaya merupakan gabungan dari bahasa lain. Nama hotel dikombinasikan dengan bahasa Indonesia dan bahasa lainnya. Hampir tidak diketemukan nama hotel yang hanya memakai bahasa Arab saja. Bentuk umumnya, *common noun* atau istilah umum berupa jenis akomodasi yang menggunakan bahasa asing, sedangkan *proper noun* atau nama diri menggunakan istilah Arab.

Dalam penelitian ini kami menemukan beberapa nama hotel bahasa Arab yang dikombinasikan dengan bahasa lain. Pertama, Arab-Indonesia dengan presentase 36 %; Arab-Inggris memegang presentase 54%; Arab-Jawa presentase 6%; Arab-Inggris-Jawa dengan presentase 1%; Arab-Indonesia-Inggris presentase 1 %. Dalam hal ini nama hotel dengan bahasa Arab-Inggris memegang presentase terbanyak. Berikut nama-nama hotel tersebut:

- **Arab-Indonesia:** *Amaris hotel; Bekizaar Hotel; Batiqa Hotel; Penginapan Nabila Syariah; Zen Hotel; Rumah Kost Sakinah; Kost Sofie Syariah; Namira Syariah Hotel; Hotel Sahid; Penginapan Pondok Riski; Hotel Ashofa.*
- **Arab-Inggris:** *Harris Hotel & Conventions; Az-Zahra Residence; Savira Guest Hotel; Nisa Home Syariah; Babussalam Homestay; Grand Dafam Surabaya; Hotel Dafam Pacific Caesar; The Alana Surabaya, Zen Rooms Kalimas; Cleo Business Hotel Walikota Mustajab City Center; Quds Royal Hotel; Alimar Premiere Hotel.*
- **Arab Jawa:** *Al-Thalib Prapen Syariah; Griya Barokah; Griya Aisyah Syariah.*
- **Arab-Jawa-Inggris:** *Griya Aisyah Residence.*
- **Arab-Indonesia-Inggris:** *Kana Citra Guest House.*

Pertama, nama hotel dengan bahasa Arab-Indonesia, kosakata Arab terdapat pada kata *Bekizaar, Batiqa, Nabila, Sakinah, Sofie, Namira, dan Sahid*. Yang mana istilah ini menunjukkan *proper noun* atau nama diri hotel tersebut. Sedangkan istilah Indonesia terdapat pada kata hotel, kost, rumah, dan penginapan. Istilah ini merupakan *common noun* yang menunjukkan jenis akomodasinya.

Kedua, nama hotel dengan bahasa Arab-Inggris, kosakata Arab terdapat pada kata *Harris, Az-Zahra, Savira, Nisa, Babussalam, Dafam, Alana, Zen, Mustajab, Quds, dan Alimar*. Nama tersebut merupakan *proper name* yang berarti nama diri atau istilah khusus hotel tersebut. Sedangkan kosakata Inggris terdapat pada kata *Hotel & Conventions* (hotel dan ruang konvensi), *Residence* (tempat tinggal), *Guest* (tamu), *Home* (rumah), *Pacific Caesar* (nama dalam istilah Inggris), *Rooms* (kamar), *Business* (bisnis), *City Center* (pusat kota), *Royal* (kerajaan), dan *Premiere* (perdana). Istilah Inggris ini merupakan *common name* yang menunjukkan jenis akomodasi hotel.

Ketiga, nama hotel dengan bahasa Arab-Jawa, kosakata Arab terdapat pada kata *Al-Thalib, Barokah, dan Aisyah*. Istilah ini merupakan istilah khusus atau *proper name* hotel tersebut. Sedangkan kosakata bahasa Jawa terdapat pada kata *prapen* dan *griya*. Dalam bahasa Jawa *prapen* berarti perapian, sedangkan *griya* berarti *rumah*. Istilah ini merupakan *common name* yang menunjukkan jenis akomodasi hotel.

Keempat, nama hotel dengan bahasa Arab-Inggris-Jawa. Kosakata Arab terdapat pada kata *Aisyah* yang dalam bahasa Arab berarti nama orang. Kosakata bahasa Inggris terdapat pada kata *Residence* yang berarti tempat tinggal. Dan kosakata Jawa terdapat pada kata *Griya* yang berarti rumah.

Kelima, nama hotel dengan bahasa Arab-Indonesia-Inggris. Kosakata Arab terdapat pada kata *Kana*. Kosakata Indonesia terdapat pada kata *Citra*. Sedangkan kosakata Inggris terdapat pada kata *Residence* yang berarti tempat tinggal.

Secara pembentukan istilah nama hotel-hotel tersebut menggunakan dua struktur yaitu Arab/Indonesia dan Inggris. Pembentukan nama dalam bahasa Arab dan Indonesia memiliki struktur yang sama dengan rumus, istilah umum + istilah khusus. Istilah umum merupakan istilah yang menjadi unsur bahasa dan digunakan secara umum. Sedangkan istilah khusus merupakan istilah yang pemakaian atau maknanya terbatas pada suatu bidang tertentu. Sedangkan struktur pembentukan istilah secara bahasa Inggris memiliki rumus *proper noun + common noun*. *Proper noun* berarti nama diri atau bisa juga diistilahkan dengan istilah khusus. Serta *common noun* berarti nama jenis atau bisa juga disebut dengan istilah khusus. Kesimpulannya struktur pembentukan istilah Arab/Indonesia berkebalikan dengan Struktur Inggris. Contoh:

<i>Arab/Indonesia</i>	<i>istilah umum+istilah khusus</i>	<i>Hotel Sahid</i>
<i>Ingris</i>	<i>proper noun+common noun</i>	<i>Sahid Hotel</i>

Berdasarkan pembentukan istilah diatas, nama hotel dengan bahasa Arab-Inggris 100% menggunakan struktur Inggris. Sedangkan nama hotel Arab-Indonesia ada yang menggunakan pembentukan istilah secara Arab/Indonesia dan ada pula yang menggunakan struktur secara Inggris. Untuk struktur Arab/Indonesia terdapat pada nama hotel berikut: Penginapan Nabila Syariah; Kost Sofie Syariah; Hotel Sahid, dan Penginapan Pondok Asri; Hotel Walan; Hotel Ashofa. Sedangkan struktur istilah Inggris terdapat pada nama berikut: *Amaris Hotel; Batiqa Hotel; Andalus Hotel; Zen Hotel; Namira Syariah Hotel*. Kemudian untuk nama hotel Arab-Inggris-Jawa dan Arab-Indonesia-Jawa masing-masing secara berurutan menggunakan struktur pembentukan istilah Arab/Indonesia dan Inggris.

Tabel 3: Kombinasi bahasa Arab dengan bahasa lain dan strutur pembentukan istilahnya

Kombinasi bahasa	Presentase	Struktur pembentukan istilah
Arab-Indonesia	36%	Arab/Indonesia Inggris
Arab-Inggris	54%	Inggris
Arab-Jawa	6 %	Arab/Indonesia
Arab-Inggris-Jawa	1 %	Arab/Indonesia
Arab-Indonesia-Inggris	1 %	Inggris

SIMPULAN

Berdasarkan ragam linguistiknya temuan penelitian ini menunjukkan bahwa nama hotel dengan bahasa Arab di Surabaya sebagian besar menggunakan kosakata benda tunggal (*mufrad*) dengan presentase 89%. Sisanya 5% kata kerja (*fil*) dan 6% kata yang lain (*jamak dan idhofah*). Selain itu kosakata tersebut kebanyakan merupakan *isim alam* atau nama seseorang dalam bahasa Arab dan istilah-istilah populer dalam Al-Qur'an. Penamaan hotel di Surabaya polanya masih sederhana dengan menggunakan satu kata bahasa Arab dalam setiap nama. Karena terbatasnya pengetahuan masyarakat mengenai bahasa Arab memungkinkan mereka hanya memakai kosakata-kosakata populer maupun *isim alam* tokoh Islam serta istilah-istilah dalam Al-Qur'an.

Sedangkan hotel syariah pola penamaannya sebagian besar adalah menggunakan nama diri kemudian jenis akomodasi serta penambahan kata "*syariah*". Selain itu ada beberapa pola

lainnya yang sudah dijelaskan secara rinci diatas. Hotel syariah di Surabaya mempresentasikan budaya Islam. Secara operasional, pelayanan dan fasilitasnya hampir sama dengan hotel konvensional pada umumnya. Namun, disisipkan prinsip dan pedoman Islam dalam pengoperasian.

Hotel di Suarabya hanya menggunakan satu kata bahasa Arab di setiap nama kemudian dikombinasikan dengan bahasa lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar nama hotel menggunakan kombinasi bahasa Arab-Inggris dengan presentase 54%. Sisanya Arab-Indonesia 36%, Arab-Jawa 6%, serta Arab-Inggris-Jawa dan Arab-Inggris-Indonesia masing-masing 1%. Hal ini menunjukkan bahwa nama hotel di Surabaya memiliki variasi bahasa yang beragam. Kosakata bahasa Arab bercampur dengan bahasa lain. Dan hampir tidak diketemukan nama hotel dengan bahasa Arab saja tanpa kombinasi dengan bahasa lainnya.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Bahasa Arab sudah diterima masyarakat Surabaya ditandai dengan pemakaiannya dalam bisnis. Bahasa Arab bukan saja menjadi bahasa agama Islam, namun juga digunakan dalam beberapa aspek kehidupan. Akan tetapi kosakata yang digunakan masih sederhana dan terbatas pada istilah-istilah yang populer.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Chaer, dan Leonie Agustina. 1995. *Sociolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Al-Jarf, Reima. 2021. „Linguistic Cultural Characteristic of Hotels Name in Saudi Arabic: The Case of Makkah, Madinah, and Riyadh.“ *International Journal of Linguistic Literature and Translation* 4: 161-168.
- Basalamah, Anwar. 2011. „Hadirnya Kemasan Syariah dalam Bisnis Perhotelan di Tanah Air.“ *Binus Business Review* 2 (2): 765.
- Dictionary, Oxfor. 1998. *The Advance Learner's Dictionary*. Oxford: Oxford University Press.
- Fatikhudin, Pihan. 2018. „Penamaan Tempat Usaha Berbahasa Asing di Surabaya.“ *Basindo: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya* 2 (2): 89-93.
- Febriani, Khusnul Khotimah dan Ika. 2019. „Kajian Semantik Nama Diri Mahasiswa Madura di Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Trunojoyo Madura.“ *Jpsi* 52-53.
- Hudson, R.A. 1980. *Sociolinguistics*. Cambriedge : Cambriedge University Press.
- Hudson, Simon. 2008. *Tourism Management and Hospitality Marketing: A Global Perspective*. London: Sage Publication.

- Ismatul Khasanah, dkk. 2015. „Fenomena Penggunaan Bahasa Asing dalam Penamaan Bisnis Kuliner di Kawasan Soekarno Hatta Kota Malang.“ *Jurnal Lingkar Widyaiswara* 2 (1): 2-5.
- KBBI.2016.<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penamaan>.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penamaan>.
- Kohli, W Chiranjeev and LaBahn Douglas. 1995. *Creating Effective Brand Names: A Study of the Naming Process*. California: California State University.
- Kosim, Abdul. 2019. „Nama-nama Pesantren di Bandung Raya (Kajian Sociolinguistik).“ *Kalamuna* 2 (1): 2.
- Kridalaksana, Harimurti. 2009. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Moleong, Lexy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Muhammad. 2011. *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Ar Ruz Media.
- Putu Chris Susanto, dkk. 2019. *Paradox of Hotel Brand Names In Bali: Divergence between Naming Trends and Consumer Perception*. Denpasar: Universitas Dhiyana Pura.
- Sholehah, Nur Izzanatus. 2015. *Penamaan Dan Makna Asosiatif Pada Nama-Nama Kuliner Unik Di Surabaya: Kajian Semantik*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Prinsip-prinsip Dasar Metode Riset Pengajaran dan Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Temaja, I Gede Bagus Wisnu Bayu. 2017. „Sitem Penamaan Orang Bali.“ *HUMANIKA* 24 (2): 60-72.
- Wijana, I Dewa Putu. 2016. „Bahasa dan Etnisitas: Studi tentang Nama-nama Rumah Makan Padang.“ *Masyarakat Linguistik Indonesia* 34 (2): 196.