# Pesona Bahasa Asing di Menu Lokal: Dampaknya pada Pilihan Kuliner Wisatawan

Ahmad Yusuf Firdaus Universitas Abdurachman Saleh Situbondo fyrdhaus@gmail.com

Nine Febrie Novitasari Universitas Abdurachman Saleh Situbondo ninefebrie@gmail.com

> Supriyanto Ardiansyah SMA Islam Sunan Bonang Ardiyansyah.bec2@gmail.com

#### **Abstrak**

Untuk meningkatkan pengalaman kuliner, terjemahan menu yang baik sangat penting, terutama di daerah yang beragam secara budaya. Studi ini menganalisis bagaimana preferensi wisatawan terhadap dua restoran di Situbondo, Arabian Lounge dan Denta Café, dipengaruhi oleh keterbacaan terjemahannya menu. Penelitian ini memberikan wawasan tentang proses pengambilan keputusan individu dengan menggunakan Teori Keterbacaan untuk mengevaluasi kejelasan menu yang diterjemahkan dan Teori Preferensi untuk memahami bagaimana keterbacaan memengaruhi pilihan makanan wisatawan. Data primer dikumpulkan melalui survei yang menilai keterbacaan menu dan preferensi makanan wisatawan; data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan. Kerangka kerja Nababan et al. (2012) digunakan untuk mengevaluasi keterbacaan, dan alat Dyer & Jia (2001) digunakan untuk menilai preferensi pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif yang kuat antara keterbacaan dan preferensi pada hidangan utama, camilan, dan minuman. Pada hidangan utama, 85,2% menunjukkan keterbacaan tinggi dan 92,6% dipilih oleh wisatawan; pada camilan, hal yang sama terjadi pada 80%. Dengan tingkat keterbacaan tertinggi (95%) dan tingkat preferensi tertinggi (92,5%), minuman ini menunjukkan betapa pentingnya kejelasan bagi pelanggan untuk membuat keputusan. Hasil ini menekankan bahwa pemilik restoran harus memprioritaskan deskripsi menu yang mudah dibaca untuk membuat pelanggan puas dan tetap terlibat.

# Kata kunci: menu, keterbacaan, preferensi, xenomania

#### **Abstract**

To enhance the culinary experience, good menu translation is essential, especially in culturally diverse areas. This study analyzes how tourists' preferences for two restaurants in Situbondo, Arabian Lounge and Denta Café, are influenced by the readability of their menu translations. The research provides insights into individual decision-making processes by applying the Readability Theory to evaluate the clarity of translated menus and the Preference Theory to understand how readability affects tourists' food choices. Primary data was collected through surveys assessing menu readability and tourists' food preferences, while secondary data was obtained from relevant literature. The framework by Nababan

et al. (2012) was used to evaluate readability, and the tool by Dyer & Jia (2001) was applied to assess visitors' preferences. The results show a strong positive correlation between readability and preferences for main dishes, snacks, and beverages. For main dishes, 85.2% showed high readability, and 92.6% were selected by tourists; for snacks, the same occurred with 80%. With the highest readability rate (95%) and preference rate (92.5%), beverages demonstrated the importance of clarity in helping customers make decisions. These results highlight the need for restaurant owners to prioritize easily readable menu descriptions to satisfy and engage customers.

Keywords: menu, readability, preference, xenomania

## 1. Pendahuluan

Penggunaan bahasa asing yang semakin populer, yang dikenal sebagai *linguistic xenomania* atau *xenoglossophilia*, telah menjadi tren yang terus berkembang (Lanin, 2018). Salah satu penerapannya yang paling menonjol adalah pemakaian bahasa Inggris pada menu makanan (Harahap, 2010; Haryanti et al., 2019; Putri, 2023b; Violita et al., 2023). Banyak restoran menggunakan bahasa Inggris untuk memperkuat citra modern dan menarik perhatian pelanggan (Nawa, 2023). Di destinasi wisata, strategi ini sering diterapkan oleh pelaku bisnis kuliner untuk mempermudah wisatawan asing dalam mengenali dan menikmati masakan lokal.

Bahasa Inggris adalah bahasa asing yang paling banyak digunakan pada menu karena dianggap mampu meningkatkan nilai prestise dan kesan modern, yang sering kali menjadi alasan kenaikan harga dibandingkan dengan menu berbahasa lokal seperti bahasa Indonesia (Wijayanti et al., 2018). Selain itu, menu berbahasa Inggris memudahkan wisatawan internasional untuk memahami makanan lokal tanpa kendala bahasa (Nawa, 2023). Namun, jika terjemahan menu tidak dibuat dengan baik, hal ini dapat menyebabkan kebingungan bagi wisatawan akibat kurangnya kejelasan atau deskripsi yang memadai (Benke, 2022).

Banyak restoran sengaja mencantumkan istilah bahasa Inggris seperti "mineral water," "coffee," atau "fried rice" untuk memberikan kesan internasional dan modern pada menu mereka (Harahap, 2013). Fenomena *linguistic xenomania* ini sering kali mencerminkan prioritas pemilik restoran pada penggunaan bahasa Inggris untuk membangun citra kontemporer, tanpa memastikan terjemahan tersebut mudah dipahami. Dalam konteks Studi Terjemahan, keterbacaan adalah sejauh mana sebuah teks dapat dipahami oleh pembaca targetnya. Bahkan jika terjemahan secara teknis benar, kekurangan dalam kejelasan atau relevansi dengan pembaca dapat menyebabkan kebingungan (Nababan et al., 2012).

Hal ini menunjukkan bahwa keterbacaan menu yang diterjemahkan memainkan peran penting

dalam membantu wisatawan membuat keputusan yang tepat. Ketidakjelasan pada menu dapat menghambat pemahaman mereka dan pada akhirnya memengaruhi preferensi serta pengalaman bersantap mereka.

Pada awalnya, konsep keterbacaan hanya merujuk pada kemudahan membaca, tetapi dalam Studi Terjemahan, istilah ini kini mencakup aspek teks sumber dan target. Penting untuk memastikan bahwa teks mudah dibaca dan dipahami dalam kedua bahasa untuk menjamin komunikasi yang efektif. Namun, meskipun penting, keandalan indikator keterbacaan dalam terjemahan masih menjadi perdebatan (Nababan, 2012). Hal ini menjadi lebih krusial ketika menyangkut menu yang diterjemahkan bagi wisatawan asing, karena keterbacaan secara langsung memengaruhi keputusan mereka dalam memilih makanan.

Penelitian ini mengadopsi kerangka kerja Nababan untuk Penilaian Kualitas Terjemahan (TQA), yang bersifat holistik dengan mencakup aspek linguistik, budaya, dan komunikatif. Kerangka kerja ini dapat diaplikasikan dalam berbagai analisis teks, termasuk teks akademik (Putri et al., 2022; Humaira et al., 2024), sastra (Muttaqin et al., 2020; Haninisa et al., 2020; Azim et al., 2023), dan materi praktis seperti menu.

Meskipun keterbacaan menu sangat signifikan, penelitian yang membahas dampak kualitas terjemahan menu terhadap preferensi wisatawan masih terbatas. Ada celah dalam memahami bagaimana penggunaan bahasa asing dalam menu memengaruhi keputusan wisatawan. Dalam konteks ini, *linguistic xenomania* menjadi relevan untuk mengeksplorasi pengaruh desain menu berbahasa asing terhadap preferensi wisatawan. Oleh karena itu, penggabungan Studi Terjemahan dengan penelitian pariwisata kuliner diperlukan untuk memahami bagaimana keterbacaan memengaruhi preferensi kuliner wisatawan.

Teori preferensi menjadi alat penting dalam memahami bagaimana keterbacaan memengaruhi pilihan wisatawan terhadap menu. Teori ini mengeksplorasi perilaku individu dalam memilih dan mengukur preferensi dari berbagai pilihan. Didasarkan pada asumsi tentang proses pengambilan keputusan, teori ini menjelaskan bagaimana preferensi direpresentasikan (Dyer & Jia, 2001). Dalam konteks pariwisata, keterbacaan dapat berfungsi sebagai faktor yang mempermudah atau menghambat pemahaman wisatawan terhadap menu, sehingga secara langsung memengaruhi pilihan makanan mereka. Kerangka teori ini menawarkan cara yang komprehensif untuk menganalisis dampak keterbacaan menu yang dipengaruhi oleh *xenoglossophilia* terhadap preferensi wisatawan.

Penelitian ini berupaya menjawab dua pertanyaan utama: pertama, seberapa terbaca menu di dua

restoran di Situbondo—Arabian Lounge dan Denta Cafe? Kedua, bagaimana *linguistic xenomania* memengaruhi preferensi wisatawan dalam memilih hidangan di restoran tersebut?

# 2. Metodologi

Penelitian ini menyelidiki pengaruh keterbacaan terjemahan menu terhadap preferensi wisatawan dalam memilih hidangan di dua restoran di Situbondo: Arabian Lounge dan Denta Cafe. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data primer diperoleh melalui survei untuk mengevaluasi keterbacaan menu terjemahan dan preferensi makanan wisatawan. Untuk mengukur keterbacaan, penelitian ini menggunakan teori yang diajukan oleh {Formatting Citation}, sedangkan preferensi wisatawan dianalisis menggunakan instrumen dari Dyer dan Jia (2001).

Data sekunder diambil dari studi terdahulu yang relevan. Informan penelitian dibagi menjadi dua kelompok: satu untuk mengevaluasi keterbacaan terjemahan dan yang lain untuk menilai preferensi makanan wisatawan. Informan keterbacaan diwajibkan memiliki pendidikan minimal SMA dan menguasai bahasa Indonesia.

Analisis data dilakukan menggunakan model Spradley (1980), yang terdiri atas empat tahapan: analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponen, dan analisis tema budaya. Pendekatan ini membantu menjelaskan hubungan antara keterbacaan menu dan preferensi kuliner wisatawan.

Item menu diklasifikasikan ke dalam tiga kategori—hidangan utama, camilan, dan minuman—berdasarkan metode analisis Spradley. Klasifikasi ini membantu mengorganisir data dan menemukan pola preferensi wisatawan. Selain itu, pendekatan ini mengungkap pengaruh *linguistic xenomania* terhadap keputusan wisatawan, memberikan wawasan lebih mendalam tentang faktor budaya dan linguistik yang membentuk perilaku konsumen di restoran-restoran ini.

## 3. Hasil

Temuan dari penelitian ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana unsur bahasa memengaruhi perilaku konsumen dalam industri kuliner dan pariwisata. Data yang dikumpulkan dari wisatawan menggambarkan dengan jelas bagaimana penggunaan bahasa asing pada menu memengaruhi pilihan makanan mereka dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Tabel berikut memberikan analisis mendalam tentang pola yang diamati di Arabian Lounge dan Denta Café. Tebel berikut juga menggambarkan bagaimana Tingkat keterbacaan menu dan penggunaan bahasa

memengaruhi keputusan bersantap wisatawan.

**Tabel 1. Analisis Komponensial** 

	Kategori Menu	Tingkat Keterbacaan	Preferensi
Nomor	ixategori Wiena	Tinggi	Sedang
1	Makanan Berat	69	12
2	Makanan Ringan	8	2
3	Minuman	38	2

Tabel 1 menunjukkan tingkat keterbacaan dan preferensi wisatawan untuk tiga kategori item menu—makanan berat, makanan ringan, dan minuman—di Arabian Lounge dan Denta Café, Situbondo. Keterbacaan dibagi menjadi kategori tinggi, sedang, dan rendah, sedangkan preferensi dikategorikan sebagai "dipilih" atau "tidak dipilih." Data menunjukkan bahwa minuman memiliki tingkat keterbacaan dan preferensi tertinggi, diikuti oleh hidangan utama, sementara camilan memiliki keterbacaan terendah dan paling jarang dipilih. Berikut adalah analisis rinci dari pola yang diamati:

### Analisis Keterbacaan dan Preferensi Wisatawan

Makanan berat menunjukkan bahwa mayoritas (85,2%) memiliki tingkat keterbacaan tinggi (69 dari 81), dengan 14,8% (12) berada pada tingkat sedang, dan tidak ada pada tingkat rendah. Dari segi preferensi, sebanyak 92,6% makanan berat (75 dari 81) dipilih oleh wisatawan, sementara 7,4% (6) tidak dipilih. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara keterbacaan tinggi dan preferensi wisatawan, karena mayoritas item dengan keterbacaan tinggi cenderung dipilih.

Pada kategori makanan ringan, sebanyak 80% (8 dari 10) memiliki tingkat keterbacaan tinggi, sedangkan 20% (2) berada pada tingkat sedang. Tidak ada item yang dikategorikan memiliki keterbacaan rendah. Preferensi terhadap makanan ringan mencerminkan pola serupa, di mana 80% dipilih dan 20% lainnya tidak dipilih. Pola ini konsisten dengan makanan berat, di mana keterbacaan tinggi berkorelasi positif dengan tingkat pemilihan.

Kategori minuman menunjukkan bahwa sebagian besar (95%) item memiliki tingkat keterbacaan tinggi (38 dari 40), dengan 5% (2) berada pada tingkat sedang dan tidak ada yang memiliki keterbacaan

rendah. Dari segi preferensi, sebanyak 92,5% (37 dari 40) minuman dipilih, sementara 7,5% tidak dipilih. Data ini semakin memperkuat tren bahwa keterbacaan tinggi memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi wisatawan.

#### 4. Pembahasan

Data menunjukkan korelasi kuat antara Tingkat keterbacaan menu dan preferensi pelanggan di semua kategori menu—makanan berat, makanan ringan, dan minuman. Minuman, yang memiliki keterbacaan tertinggi, juga merupakan kategori yang paling disukai, menegaskan pentingnya kejelasan dalam deskripsi menu untuk membentuk preferensi pelanggan.

Meskipun hidangan utama dan camilan juga menunjukkan keterbacaan dan tingkat pemilihan yang tinggi, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam meningkatkan deskripsi item dengan keterbacaan sedang. Dengan meningkatkan kejelasan item dengan keterbacaan sedang, keterlibatan pelanggan dan tingkat pemilihan dapat meningkat, terutama pada kategori camilan, di mana terjadi sedikit penurunan preferensi.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Putri, 2023; Haryanti et al., 2019; Violita et al., 2023) yang meneliti bagaimana penggunaan bahasa asing seperti bahasa Inggris memengaruhi perilaku dan preferensi konsumen.

# 5. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara keterbacaan menu dan preferensi pelanggan di semua kategori—makanan berat, makanan ringan, dan minuman. Tingkat keterbacaan yang tinggi secara konsisten menghasilkan angka pemilihan yang lebih besar, menegaskan pentingnya deskripsi menu yang jelas dan mudah dipahami dalam membentuk keputusan pelanggan. Penelitian mendatang disarankan untuk mempertimbangkan faktor tambahan, seperti daya tarik budaya dan penerimaan bahasa, guna memperoleh wawasan yang lebih mendalam terkait pengaruhnya terhadap preferensi wisatawan. Meskipun demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keterbacaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan efektivitas menu dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

## 6. Daftar Pustaka

- Arief, S. (2018). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Sosial Ekonomi. Jurnal Planoearth, 3(1), 7–11.. https://journal.ummat.ac.id/index.php/JPE/article/view/213/0
- Azim, R., Handoyo, R. P., & Yulianita, N. G. (2023). Subtitling Strategies and Acceptability of Humour in "Modern Family" Season 6 (2014). *J-Lalite: Journal of English Studies*, 4(2), 120. https://doi.org/10.20884/1.jes.2023.4.2.9460
- Benke E. 'What shall I call thee?' The names of local special ities in English language menus. In: Ineson E, Yap MHTY, Niţă V, editors. International Case Studies for Hospitality, Tourism and Evenet Management Students and Traineest Management Students and Trainees. Iaşi: Editura TEHNOPRESS; 2022. p. 48–54.
- Dyer, J. S., & Jia, J. (2001). Preference Theory. In Encyclopedia of Operations Research and Management Science. <a href="https://doi.org/10.1007/1-4020-0611-x">https://doi.org/10.1007/1-4020-0611-x</a>
- Haninisa, I., Purwaningsih, D. R., & Handoyo, R. P. (2020). Translation Techniques and Acceptability of Onomatopoeia in Herge's The Adventure of Tintin Comic. *J-Lalite: Journal of English Studies*, 1(2), 107. https://doi.org/10.20884/1.jes.2020.1.2.3502
- Harahap, T. R. (2010). Bahasa Menunjukkan Bangsa: Studi Kasus Xenoglosofilia dalam Daftar Menu. Jurnal Widyaparwa, 38(1), 35–44.
- Harahap, T.R. (2013) 'Bahasa Menunjukkan Bangsa: Studi Kasus Xenoglosofilia dalam Daftar Menu', *Jurnal Widyaparwa*, 19(September), pp. 35–44.
- Haryanti, P., Hija, U. N., Waljinah, S., & Rahmawati, L. E. (2019). Analisis Wacana
  Daftar Menu Makanan Berpendekatan Sosial Budaya Masyarakat. In
  Prosiding University Research Colloquium, 69–76.
  http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/download/807/790
- Humaira, S. El, Violita, & Felicia, G. (2024). Translation Acceptability Of Reduced Clause From English Into Indonesian In Google Translate. *PRASASTI: Journal of Linguistics*, 9(1), 103–116. https://jurnal.uns.ac.id/pjl/article/view/54909
- Kemenparekraf. (2021). Destinasi Wisata Berbasis Sustainable Tourism di Indonesia. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.
- Kementrian PPN/Bappenas. (2017). Peta Jalan Sustainable Development Goals (SDGs) di Indonesia 2030. In Kementerian PPN/Bappenas.
- Lanin, I. (2018). Xenoglosofilia: Kenapa Harus Nginggris? Kompas.
- Muttaqin, U., Yulianita, N. G., & Yulianti, U. H. (2020). Speech Acts and Its Translation Accuracy in Bilingual Fables. *J-Lalite: Journal of English Studies*, *I*(2), 161. https://doi.org/10.20884/1.jes.2020.1.2.3621
- Nababan, M., Nuraeni, A., & Sumardiono, &. (2012). Pengembangan Model Penilaian Kualitas Terjemahan (Mangatur Nababan, dkk. Kajian Linguistik Dan Sastra, 24(No. 1), 39–57.
- Nawa, A. T. (2023). Penggunaan Bahasa Inggris pada Usaha Kuliner: Tujuan Produsen dan Perspektif Konsumen. Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah, 7(2), 216. https://doi.org/10.32332/tapis.v7i2.8271
- Putri, S. S. (2023). Penggunaan Bahasa Arab Pada Restoran d'Seuhah Da Lada di Lembang. Student Research Journal, 1(1), 225–236..
- Putri, R. S., Sofyan, R., & Nasution, E. H. (2022). Translation Quality Assessment on Medan City Tourism Official Web Pages. *LingPoet: Journal of Linguistics and Literary Research*, 3(1), 32–39. https://doi.org/10.32734/lingpoet.v3i1.6500

- Spradley, J. P. (1980). Participant Observation (1st Editio). Holt, Rinehart and Winston.
- Violita, A. L., Deyo, S., Nanda, S., & Firdaus, D. (2023). Penggunaan Bahasa Asing Pada Makanan Siap Saji: Analisis Penggunaan Bahasa Dan Penampilan Produk Di Mcdonald's Dan Burger King. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(16), 62–66. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8232092
- Wijayanti, B. W., Mufiddah, I., & Adawiyah, R. (2018). Eksistensi Bahasa Indonesia Pada Industri Kuliner Kota Malang. Kongres Bahasa Indonesia, 1–13.
- Lanin, I. (2018). Xenoglosofilia: Kenapa Harus Nginggris? Kompas.
- Winahyu, A. I. (2020). *Pengamat: PJJ Tidak Efektif di Daerah Terpencil*. https://mediaindonesia.com/humaniora/333435/pengamat-pjj-tidak-efektif-di-daerah-terpencil