

KEKERABATAN ANTARA PEDAGANG PADA INTERAKSI JUAL BELI DI PASAR RAYA MMTC DALAM PENDEKATAN MIMETIK

Elza Saragih, Risky Alda Hutagaol

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia
elzasaragih@gmail.com, risky.hutagaol@student.uhn.ac.id

Received:
10 April
2022
Revised:
10 Mei
2022
Accepted:
20 Mei
2022

Abstrak

Latar Belakang : Pasar merupakan kumpulan seluruh pembeli dan penjual yang berpotensi menyediakan barang tertentu di pasar MMTC. Pasar biasanya menampung berbagai macam penjual.

Tujuan : Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan daya saing pasar MMTC, untuk menjelaskan bagaimana interaksi yang terjadi di pasar MMTC.

Metode : Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder, data primer berupa tuturan penjualan dan pembeli di Pasaraya MMTC, jalan pancing yang terjadi saat tawar-menawar, data sekunder dalam penelitian ini yaitu bahan – bahan yang tertulis yang berhubungan dengan buku kesantunan berbahasa. Jurnal dan lain- lain.

Hasil : Hasil penelitian adanya berbagai bentuk bahasa yang telah diteliti dan dapat ditemui interaksi penjual dan pembeli adalah merupakan wujud bahasa indonesia yang formal dan non formal, seperti kalimat berita, kalimat tanya, kalimat perintah, dimana pada dasarnya bahwa bahasa indonesia merupakan bahasa yang dipakai dalam bahasa sehari – hari yang digunakan untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi.

Kesimpulan : Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dapat diambil, meliputi wujud kesantunan berbahasa di pasaraya MMTC dalam interaksi jual beli yang terdiri dari bentuk bahasa yang digunakan penjual dan pembeli saat tawar menawar.

Kata Kunci : Kekerabatan Daya Saing; pelayanan; pedagang pasar

Abstract

Background: The market is a collection of all buyers and sellers who have the potential to provide certain goods in the MMTC market. The market usually accommodates a wide variety of sellers.

Objectives: The purpose of this study is to explain the competitiveness of the MMTC market, to explain how interactions occur in the MMTC market.

Methods: The method used in this research is sourced from primary data and secondary data, primary data in the form of speeches of sales and buyers at Pasaraya MMTC, fishing

trails that occur during bargaining, secondary data in this study are written materials related to politeness books. language. Journals and others.

Conclusion: *Based on the results of research and discussion that can be taken, includes the form of politeness in the MMTC market in buying and selling interactions which consists of the form of language used by sellers and buyers when bargaining.*

Keywords: *Competitiveness Relationship; service; market trader*

**Correspondent Author : Elza Saragih*

Email : elzasaragih@gmail.com



PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan sesamanya. Manusia dalam hidupnya tidak hanya membentukkan keberadaan manusia lainnya, lebih dari itu manusia menjalin hubungan dengan sesamanya dalam berbagai bentuk ikatan. Salah satu bentuk ikatan hubungan, dengan adanya komunikasi, maka setiap orang bisa menyampaikan isi pikiran ataupun perasaan terhadap orang lain yang digunakan oleh manusia sebagai alat komunikasi satu sama lain baik melalui lambang namun juga mengandung makna tersendiri. Dengan bahasa yang memiliki struktur kebahasaan yang unik kita mampu memahami sebenarnya apa yang diharapkan oleh alam semesta, baik yang bersifat material maupun yang bersifat metafisika dan dengan bahasa kita mampu berinteraksi dan berkomunikasi dengan manusia lainnya di dunia sehingga dengan bahasa kita mampu memelihara dunia agar tetap seimbang dan harmonis (Iswara & Susana, 2019). Namun dikatakan bahasa tidak asal-asal diucapkan, tetapi dikatakan bahasa jika memiliki struktur yang tersusun dengan teratur dan memiliki makna. Karena bahasa itu ada yang tertulis dan ada yang lisan, dalam arti lisan menyampaikan informasi melalui bahasa komunikatif yang menggunakan suara dengan ucapan yang dikeluarkan. Bahasa memegang peranan penting dalam komunikasi dan interaksi manusia dalam kehidupan sosialnya. Setiap komunikasi manusia saling menyampaikan informasi yang dapat berupa pikiran, gagasan, maksud, perasaan maupun emosi secara langsung (Cahyani & Rokhman, 2017) (Zamzani, 2011).

Era globalisasi yang semakin canggih ini, masyarakat sudah semakin pintar dalam memproduksi bahasa. Dalam berbahasa juga dibutuhkan yang namanya kesantunan berbahasa. Secara umum kesantunan berbahasa dikelompokkan kedalam dua jenis, yaitu, kesantunan tingkat pertama (first order politeness), yang merujuk pada etiket atau kaidah kepatutan bertingkah laku dalam suatu kelompok masyarakat tertentu. Pada sisi ini kesantunan merujuk kepada seperangkat kaidah tatakrama yang disepakati oleh suatu kelompok dan pemahaman atas kaidah tatakrama kelompok menjadi indikator kesuksesan seorang dalam bertutur yang santun. Kesantunan tingkat pertama ini disebut kesantunan sosial. Kedua, kesantunan tingkat kedua (second order politeness) yang merujuk pada penggunaan bahasa untuk menjaga hubungan interpersonal (Halawa, Gani, & Syahrul, 2019) (Kuntarto, 2016). Kesantunan merupakan suatu cara berbahasa yang baik dan layak dengan tujuan mendekatkan antara para penuturnya dengan lawan bicaranya. Artinya dalam suatu kesantunan yang merupakan bagian perilaku diekspresikan dengan cara yang baik dan beretika. (Nabunome & Prihatminingtyas, 2016) mengatakan bahwa pasar merupakan aset budaya di masyarakat karena memberikan manfaat besar bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan. Pasar biasanya menampung berbagai macam

penjualan. Agar pasar bisa bertahan dan berkembang dalam dunia yang penuh persaingan untuk mencari konsumen, maka pedagang harus mampu memahami konsumennya secara menyeluruh, karena konsumen merupakan pasar sasaran suatu produk. Diterima atau tidaknya produk tergantung persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memberikan manfaat maka barang tersebut akan dibeli. Mengingat keberadaan konsumen merupakan faktor yang pentingnya peranan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa resiko kehilangan pelanggan dengan mengabaikan keluhan yang tidak dianggap remeh. Pasar yang menggunakan konsumennya dan pedagang dari golongan menengah keatas, hanya sedikit dari golongan ekonomi bawah.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder, data primer berupa tuturan penjualan dan pembeli di Pasaraya MMTc, jalan pancing yang terjadi saat tawar- menawar, data sekunder dalam penelitian ini yaitu bahan – bahan yang tertulis yang berhubungan dengan buku kesantunan berbahasa. Jurnal dan lain- lain. Penelitian ini memakai metode merekam pembicaraan ataupun tuturan penjualan dan pembeli saat terjadi tawar – menawar dengan menggunakan handphone untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini juga di bantu dengan teknik lainnya.

- 1) Teknik simak libat cakup : dalam penelitian ini penulis terlibat langsung ke dalam dan berperan menjadi pembeli.
- 2) Teknik Sadap”: pada saat mulai terjadi pembicaraan, maka penulis menyadap pembicaraan pembeli kepada penjual
- 3) Teknik catat : di dalam penelitian ini teknik analisis yang peneliti lakukan yaitu :
Penyalinan dan menganalisis setelah itu data disalin kembali, tahap selanjutnya data tersebut dianalisis wujudnya dan dideskripsikan melalui tuturan, dalam memakai teri strategi kesantunan oleh brown dan levinson yaitu yang memberi batasan kesantunan itu sendiri sebagai upaya sadar seseorang dalam menjaga keperluan muka orang lain , istilah muka dalam hubungan ini brown dan levinson dimaknai sebagai citra dari seseorang dalam masyarakat.

Menurut (Arikunto, 2010) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama sehingga instrumen yang reliabel akan menghasilkan objek sama (Sugiyono, 2013), mengatakan penelitian yang terdiri dari sebuah interaksi antara penjual dan pembeli yang memiliki persaingan akan mendapatkan kepuasan secara bersama.–Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh variabel yaitu daya saing, terhadap pelayanan dan ,terhadap kepuasan konsumennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian adanya berbagai bentuk bahasa yang telah diteliti dan dapat ditemui interaksi penjual dan pembeli adalah merupakan wujud bahasa indonesia yang formal dan non formal, seperti kalimat berita, kalimat tanya, kalimat perintah, dimana pada dasarnya bahwa bahasa indonesia merupakan bahasa yang dipakai dalam bahasa

sehari-hari yang digunakan untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi. Dalam kesantunan berbahasa dalam sebuah pengucapan yang sering muncul dalam tuturan penjual dan pembeli di pasaraya MMTC tersebut dapat lebih menekankan pada kata-kata yang digunakan dan serta juga melalui intonasi yang digunakan saat terjadi pembicaraan antara penjual dan pembeli di pasaraya MMTC (Murni, 2013).

Bentuk kesantunan bahasa yang dapat diklasifikasikan atas beberapa macam tindak tutur yaitu : menyuruh, bertanya, memohon, menentang

1. Tindak tutur menyuruh

Tuturan berikut merupakan contoh tindak tutur menyuruh

ikan masnya satu kilo tiga puluh lima ribu ya bang !

tuturan yang dituturkan oleh pewawancara kepada abang yang menjual ikan mas merupakan tindak tutur menyuruh yang di tandai dengan adanya tindak penawaran.

2. Tindak tutur bertanya

Tindak tutur bertanya yang digunakan penjual dan pembeli di pasaraya MMTC dapat dilihat pada tuturan berikut.

Bu, berapa harga sosisnya satu biji bu ?

Tuturan tersebut menyatakan bahwa penutur bertanya kepada lawan tutur apakah lawan tutur mengerti dengan penjelasan yang diberikan penutur.

3. Tindak tutur memohon

Tindak tutur ini memohon yang terdapat pada tuturan berikut

Lima belas la bu, supaya jadi bu

Tuturan yang dituturkan pembeli kepada penjuak agar harga jualannya diturunkan, tindak tutur memoho ini ditandai dengan adalah kata lima belas ribu la bu. Pada tuturan tersebut pembeli memohon kepada penjual agar harga jualannya diturunkan selama adanya proses interaksi.

4. Tindak tutur menentang

Tindak tutur menentang yang ditemukan dalam penelitian ini adalah ada satu sasaran yaitu sebagai berikut :

Lima belas ya ?

Tuturan yang dituturkan oleh penjual dan pembeli agar dia membeli jualannya, pada tuturan tersebut pembeli dalam arti menyuruh ibu tersebut menurunkan harga jualannya.

Tingkat kesantunan dalam proses tawar menawar antara penjual dan pembeli di pasaraya MMTC

Dalam penelitian ini menemukan bahwa penjual dan pembeli yang terjadi di pasaraya MMTC hanya menggunakan kategori yang memaksimalkan berdasarkan hasil analisis data yang di peroleh sehingga peringkat pilihan cara yang digunakan hanya untuk membentuk kesantunan berbahasa dalam proses layanan informasi.

Contoh ujaran yang terdapat :

Bu sepeleh ribu, baru saya mau

Tuturan yang dituturkan oleh pembeli kepada penjual tersebut dan akhirnya menerima persetujuan harga yang tidak menguntungkan untuk penjual tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dapat diambil, meliputi wujud kesantunan berbahasa di pasaraya MMTC dalam interaksi jual beli yang terdiri dari bentuk bahasa yang digunakan penjual dan pembeli saat tawar menawar. Kesantunan berbahasa yang sering muncul dalam tuturan penjual dan pembeli di pasaraya MMTC adalah tuturan yang sudah lumayan santun dalam arti tuturan yang baik. Namun untuk sebagian penjual yang lain adanya, yang masih ada menggunakan tuturan yang kurang namun tidak sepenuhnya.

BIBLIOGRAFI

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. [Google Scholar](#)
- Cahyani, Desy Nur, & Rokhman, Fathur. (2017). Kesantunan Berbahasa Mahasiswa dalam Berinteraksi di Lingkungan Universitas Tidar: Kajian Sosiopragmatik. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(1), 44–52. [Google Scholar](#)
- Halawa, Noibe, Gani, Erizal, & Syahrul, Ramadhan. (2019). Kesantunan berbahasa Indonesia dalam tindak tutur melarang dan mengkritik pada tujuh etni. *Lingua*, 15(2), 195–205. [Google Scholar](#)
- Iswara, Agus Ari, & Susana, Kadek Yogi. (2019). Analisis kesantunan bahasa media sosial: Komunikasi mahasiswa kepada dosen stmik stikom Indonesia. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 3(2), 10–29. [Google Scholar](#)
- Kuntarto, Eko. (2016). Kesantunan Berbahasa Ditinjau Dari Prespektif Kecerdasan Majemuk. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 16(2), 58–73. [Google Scholar](#)
- Murni, Sri Minda. (2013). *Kesantunan linguistik*. Unimed Press. [Google Scholar](#)
- Nabunome, Adelvia, & Prihatminingtyas, Budi. (2016). Public Service Quality. *Dalam Journal of Economics and Sustainable Development*, 7(22). [Google Scholar](#)
- Sugiyono, Dr. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. [Google Scholar](#)
- Zamzani, Zamzani. (2011). Pengembangan alat ukur kesantunan bahasa Indonesia dalam interaksi sosial bersemuka. *LITERA*, 10(1). [Google Scholar](#)



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).