VARIASI TUTUR PENERIMAAN DAN PENOLAKAN PEMBELI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI BATIK DI PASAR GROSIR SETONO PEKALONGAN – KAJIAN SOSIOPRAGMATIK

Ika Arifianti (Prodi PBSI FKIP- Universitas Pekalongan)

Abstract

Communication is the most important aspect in human life whether in its process and social life of all people in the society. Communication is a process of sending information with its all aspects and effects. Therefore, language is the most important key to build the relation with others. There are two approaches used in this research; theoritical approach (using socio-pragmatic approach) and methodological approach (using qualitative approach). The result of this research shows that there are speech vatiations in buyer's acceptance and refusal in Sentono wholesaler market in Pekalongan. They are direct acceptance speech and indirect acceptance speech. Direct acceptance speech is influenced by pragmatic effects such as interest, satisfaction, and symphaty. While indirect acceptance speech uses pragmatic functions such as (a) persuading, (b) urging, (c) convincing. There are also variations in direct and indirect refusal speech. Direct refusal uses expressions such as 'ora'/'tidak'/'wis'/'tidak usah'/'oralah'/ 'tidaklah'. While indirect refusal speech includes: (1) refusal without refusal expression, (2) refusal with interjection, (3) alternative refusal, (4) refusal with excuses.

Keywords: speech variation, language, socio-pragmatics

PENDAHULUAN

Masyarakat pengguna bahasa tidak dapat lepas dari variasi bahasa di lingkungan sekitarnya sehingga situasi kebahasaan menjadi cukup rumit. Kerumitan seperti itu akan bertambah apabila masyarakat pengguna bahasa menggunakan dua/lebih bahasa. Sebaiknya mereka dapat menentukan dengan bahasa apa mereka sebaiknya berkomunikasi dengan lawan tutur sehingga mempermudah proses interaksi. Fishman (dalam Cher, 1995:203) memaparkan pilihan bahasa atau ragam bahasa itu tidak bersifat acak, melainkan harus mempertimbangkan berbagai factor, seperti siapa yang berbicara, tentang apa, kepada siapa, dimana peristiwa itu berlangsung.

Soewardi Roipoposoedarmo (dalam Santoso, dkk., 1993:5) menjelaskan definisi komunikatif adalah proses penyampaian pesan dari suatu sumber kepada penerima melalui saluran untuk mencapai hasil/tujuan. Maka tiga unsure utama komunikasi yang luas dan komprehensif yaitu (1) Komunikasi dipandang sebagai suatu proses (2) Pengiriman informasi, arti dan pengertian (3) Mencakup aspek manusia dan bukan manusia.

Tindak tutur penolakan ajakan merupakan salah satu tuturan yang dilontarkan penutur. Tindak tutur penolakan dan penerimaan yang dilontarkan biasanya melalui tiga strategi yaitu (1) Benar-benar bias, yaitu seorang yang benar-benar bias memenuhi permintaan penjual sesuai dengan kesepakatan harga (2) Karena enggan atau malas, yaitu seorang pembeli enggan dengan apa yang ditawarkan.

Levinson (dalam Leech, 1983:1-27) memaparkan tindak tutur merupakan sifat sentral dalam analisis pragmatic. Pragmatik adalah telaah mengenai relasi antara bahasa dan konteks yang merupakan dasar bagi suatu catatan/pemahaman bahasa. Atau dengan kata lain mengenai kemampuan pemakai bahsa menghubungkan serta menyerasikan kalimat-kalimat dan kontak-kontak dengan tepat.

Purwo (1994:84) kajian mengenai tindak tutur dapat dimanfaatkan dua ilmu bahasa, yaitu pragmatic dan liguistik. Keduanya saling melengkapi karena pragmatic merupakan ilmu yang mempelajari maksud tuturan antara penutur dan mitra tutur, sedangkan sosioligoistik mempelajari penggunaan bahsa pada masyarakat. Sehingga sosiopragmatik merupakan perpaduan keduanya yang memegang peranan penting dalam sebuah percakapan.

Alasan memilih topik variasi tutur penerimaan dan penolakan pembeli dalam transaksi jual batik di pasar grosir Setono Pekalongan ini karena adanya kevariasian bahasa yang muncl di pasar gorosir Setono Pekalongan sebagai wisata belanja yang dikunjungi pembeli dari berabgai daerah karena selain letakknya strategis dan mudah

dijangkau sebagai wisata belanja. Banyaknya pembeli dari luar daerah mengakibatkan lahirnya variasi bahasa khususnya dalam bertutur antara penjual dan pembeli. Para penjual kadang menggunakan dua bahsa, yaitu bahasa Indonesia, bahasa jawa saja bahkan perpaduan antara bahasa jawa dan bahasa indonesia tergantung situasi dan kondisi. Variasi-variasi bahasa dikaji secara pragmatic. Sehingga penelitian ini menggunakan kegiatna sosiopragmatik.

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu pendekatan metodologis dan pendekatan teoretis. Pendekatan metodologis dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif deskriptif.

B. Wujud Data dan Teknik Penyediaan Data

Dalam penelitian ini digunakan metode penyediaan data. Adapun wujud data berupa tuturan langsung penjual dan pembeli di Pasar Grosir Setono Pekalongan. Metode yang dipilih untuk menyediakan data penelitian ini adalah metode simak yang dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa. Kegiatan menyimak ini sejajar dengan kegiatan mengamati data. Metode simak ini dilakukan dengan teknik berikut :

a. Teknis dasar : Teknik Sadap
   Metode simak diwujudkan dengan kegiatan menyadap kegiatan pertama yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data adalah menyadap percakapan orang.
b. Teknik lanjutan I : Teknik Simak Libat Cakap (SLC)
   Penyadapan dilakukan dengan dua teknik salah satunya teknik simak libat cakap (SLC), ketika seorang calon pembeli dan penjual terlibat percakapan disitulah peneliti menyimak sekaligus terlibat dalam percakapan. Kegiatan dalam teknik ini adalah dengan menyimak sekaligus ikut serta dalam percakapan. Dalam teknik ini selain menyimak peneliti juga terlibat langsung dalam percakapan.

c. Teknik lanjutan II : Teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC)

Teknik penyadapan selanjutnya adalah teknik simak bebas libat cakap. Peneliti tidak terlibat dalam percakapan. Jika kegiatan dalam teknik ini hanya menyimak. Peneliti bertindak sebagai pemerhati yang menyimak percakapan antara penutur.

d. Teknik lanjutan III : Teknik Rekam

Teknik rekam ini sangat menunjang teknik sadap, baik teknik SLC maupun teknik SBLC. Kegiatan dalam teknik rekam dilakukan dengan merekam. Ini dilakukan tanpa sepengetahuan penutur sebagai sumber data.

e. Teknik lanjutan IV : Teknik Catat

Teknik catat adalah mencata data yang telah diperoleh pada kartu data. Proses pencatatan pada kartua data dilanjutkan dengan klasifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai dasar pembanding dan penguat dalam penelitian berikut dipapakan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan. Penelitian yang dilakukan Suherlina (1999) yang berjudul "Kevariasian Tindak Tutur Dalam Wacana Percakapan Kawula Muda di Kudus", hasil penelitian berupa bentuk-bentuk tuturan ekspresif, representatif, komisit, dan konstatif.

Palupi (2002). Peneliiannya yan berjudul "Tindak Tutur Dalam Bentuk Berita Pada Majalah Tempo Edisi 2001 (Kajian Pragmaliyustik)". Batasan penelitian ini pada tindak tutur dan bentuk tindak tutur. Bentuk tindak tutur dibagi dua yaitu tindak tutur langsung dan tindak tutur tidak langsung. Tidak tutur langsung ini mengandung unsur persuatif (membajak dan mempengaruhi) adapun tidak tutur tidak langsung bersifat pernyataan/informasi kalimat perintah.

Hidayati (2003) dalam penelitiannya yang berjudul "Tindak Tutur Penolakan Ajakan Pada Situs Jawa di Daerah Kudus : Kajian Sosiopragmatik". Hasil penelitiannya

ditemukan delapan tindak tutur langsung yaitu penolakan dengan penolakan, penolakan dengan interfeksi, penolakan dengan alasan, penolakan dengan permintaan, penolakan dengan bersumpah, penolakan dengan meminta pengertian, penolakan dengan alternatif, penolakan dengan kata maaf.

Hasil penelitian variasi tutur penerimaan dan penolakan pembeli dalam transaksi jual beli batik di pasar Grosir Setono Pekalongan dipaparkan sebagai berikut (a) Variasi tutur penerimaan meliputi (1) Variasi tutur penerimaan langsung, (2) Variasi tutur penerimaan tidak langsung. (b) Variasi tutur penolakan, yang meliputi (1) Variasi tutur penolakan langsung, (2) Variasi tutur penolakan tidak langsung.

(a) Variasi tutur penerimaan langsung

1) Efek Pragmatik (tertarik)

Konteks : Seorang pembeli membeli daster

Pembeli : "ini berapa mbak?"

Penjual : "limo las"

Pembeli : "*satu mbak yang ini"*

(data : 17/vt.PL/ET)

Melalui efek pragmatik calon pembeli menanyakan harga daster sehingga ketika ia melihat langsung tertarik dan menyetujui harga yang diberikan pedagang tanpa menawar seperti pada tuturan "*satu mbak yang ini"*.

(data 17/vt.PL/ET)

2) Efek Pragmatik (senang)

Efek senang yang dihasilkan pragmatik sehingga calon pembeli merasa senang, seperti pada proses tuturan berikut.

Konteks : Seorang pembeli menawar kaos batik

Pembeli : "*Yang ijo sekalian mbak, sebelas ya ...? Kalau yang tidak pakai kerah berapa duit?"*

Penjual : "Iya".

Pembeli : "Udah ya ini bungkus".

(data : 31/vt.PL/ES)

Seorang calon pembeli senang dengan warna hijau seperti pada tuturan berikut "*yang ijo sekalian mba, sebelas ya ...?"* sebuah kaos batik yang

berkerah supaya pembeli juga senang dengan model/corak kaos batik yang tidak berkerah, iapun menanyakan harga kepada penjual. Setelah terjadi kesepakatan harga pembelipun membeli kedua kaos tersebut yang berkerah dan tidak berkerah dan berwarna hijau. Terbuktilah pembeli suka dengan warna hijau.

3) Efek Pragmatik (simpatik)

Konteks : Seorang pembeli menanyakan harga kimono

Pembeli : "Berapa nih?"

Penjual : "*Itu kimono empat puluh, bisa kurang. Diskon dua ribu lima ratus jadi tiga puluh tujuh setengah. Nanti warnanya macem-macem".*

Pembeli : "Yang merah aja deh".

Tuturan yang membuat calon pembeli simpatik karena ada diskon dari penjual seperti pada tuturan, *itu kimono empat puluh bisa kurang. Diskon dua ribu lima ratus jadi tiga puluh tujuh sengah. Nanti warnanya macem-macem".*

(b) Variasi tutur penerimaan tidak langsung

1) Efek Pragmatis Membujuk

Konteks : Seorang pembeli menanyakan harga kain sutra.

Pembeli : "Berapa?"

Penjual : "Kena seratus dua puluhan. *Sutra kecewa juga ada*".

(data : 23/vt.PL/MJ)

Variasi tutur yang digunakan pedagang batik dengan cara menyebutkan alternatif lain seperti pada kalima "*sutra kecewa juga ada"* yang memiliki maksud membujuk calon pembeli agar membeli sutra dengan memberi penjelasan selain sutra asli sutra kecewa (palsu) juga ada.

2) Efek Pragmatis Mendorong

Konteks : Seorang pelanggan mencari daster

…

Pembeli : "Sing anyar mbak".

Penjual : *"Tapi iki we tembe bungkusan".*

Pembeli : "Yo wes bungkus".

(data : 2/vt.PL/Md)

Apabila diamati lebih lanjut pada kalimat "*tapi iki we tembe bungkusan"* mengandung unsur pragmatik, yaitu mendorong pembeli untuk membeli daster yang baru dipsang. Sehingga penjual dapat memasang lagi daster dengan corak yang berbeda agar menarik pembeli lain.

3) Efek Pragmatis Meyakinkan

Konteks : Seorang pembeli menanyakan harga kain sutra timbul

…

Penjual : "*Nek iki kuwi padang"*.

Pembeli : "Berapa yang hijau?"

Dalam meyakinkan pembeli pedagang juga memberi alternatif dengan memberikan saran dan komentar kepada calon pembeli menuruti kehendaknya, yaitu sepakat untuk memilih warna hijau, untuk memantapkan dan meyakinkan kepada pembeli. Seperti pada tuturan "*nek iki kuwi padang"*.

(c) Variasi Tutur Penolakan Langsung

1) Penolakan dengan Kata Penolakan

Konteks : Seorang pembeli menanyakan harga baju muslim

Pembeli : "Kuwi pira mbak?"

Penjual : "Pas sewidak".

Pembeli : *"Ora wis"*.

(data : 6/vt.PnL/PP)

Bentuk penolakan langsung yang dituturkan pembeli "*Ora wis*" karena pembeli kurang cocok dengan harga yang ditawarkan penjual. Hal itulah yang mendorong pembeli menolak tawaran penjual tanpa memberi alasan ataupun alternatif jawaban lain.

2) Penolakan dengan Interjeksi

Pembeli : "Kebaya putih ada".

Penjual : "Ora ono".

Pembeli : "*Oh ... mboten wonten?"*

(data : 18/vt.PnL/PI)

Bentuk variasi tutur penolakan langsung dengan menggunakan interjeksi. Penolakan itu dilakukan calon pembeli karena terpaksa, karena kebaya bordir putih yang dicarinya tidak ada. Calon pembeli mengungkapkan "*Oh… mboten wonten?"* dengan maksud memperjelas bahwa pembeli tidak jadi membeli.

3) Penolakan dengan Alasan

Konteks : Calon pembeli menanyakan sprai batik

…

Penjual : "Merak manis mereknya".

Pembeli : "*Jangan kayak gitu, itu model lama yang gitu-gitu"*.

(data : 30/vt.PnL/PA)

Penolakan dengan alasan nampak pada tuturan "*jangan kayak gitu, itu model lama yang gitu-gitu"*. Penolakan tersebut dituturkan ketika penjual menunjukkan salah satu jenis dan merk sprai batik.

(d) Variasi Tutur Penolakan Tidak Langsung

1) Penolakan dengan Interjeksi

Konteks : Seorang pembeli mencari sprai batik pakai karet.

…

Pembeli : "Coraknya yang bagus dong?"

Penjual : "Yang nomor tiga adanya itu sama katun".

Pembeli : "*Yang katun panas nggak? Ah .. itu sudah banyak di rumah"*.

(data : 30/vt.PnTL/PI)

Tuturan "*yang katun panas nggak? Ah .. itu sudah banyak di rumah"* termasuk tuturan tidak langsung dengan interjeksi, tuturan calon pembeli ketika menolak penawaran penjual atas sprai katun, sementara ia mencari sprai batik pakai karet.

2) Penolakan dengan Alternatif

Konteks : Seorang calon pembeli mencari sprai batik pakai karet

…

Penjual : "Ini nomor tiga, ada".

Pembeli : "*Yang nomor tiga mana lagi?"*

…

Pembeli : “Kok yang nomor tiga, nggak ada sih”.

Penjual : “Kalau nomor tiga yang zebra tidak ada”.

Pembeli : *“Kalau yang batik berapa duit?”*

(data : 30/vt.PnTL/PAL)

Tuturan tersebut merupakan bentuk penolakan tidak langsung dengan mengajukan alternatif. Calon pembeli mencari sprai ukuran nomor (3) namun tidak ada, seperti pada tuturan “*yang nomor tiga mana lagi?”*. Namun akhirnya mitra tutur (pembeli) mengalihkan pandangan pada sprai zebra, dengan mengajukan alternatif lain “Kalau yang batik berapa duit?”

3) Penolakan dengan Alasan

Konteks : Seorang pembeli menanyakan harga kain sutra timbul

…

Penjual : “Iki kanggo wong lemu”.

Pembeli : “*Ora PD nganggo ngene”*.

Penolakan dengan alasan seperti pada tuturan “*ora PD nganggo ngene”* dengan alasan tersebut diharapkan penutur (penjual) dapat menurunkan harga dan menunjukkan motif lain yang menarik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa variasi tutur penerimaan dan penolakan langsung dalam transaksi jual beli batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan dapat disimpulkan sebagai berikut.

Bentuk variasi tutur penerimaan dan penolakan pembeli berdasarkan kelangsungannya dibagi menjadi dua, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Penolakan langsung dipengaruhi efek pragmatis 1) Tertarik, 2) Senang, 3) Simpatik, sedangkan variasi tutur tidak langsung melibatkan fungsi pragmatik 1) Membujuk, 2) Mendorong, 3) Meyakinkan.

Bentuk variasi tutur penolakan dilihat dari segi penyampaiannya secara langsung. Secara langsung ditemukan variasi

(data : 25/vt.PnTL/PAL)

tutur "*Ora", "Ora wis", "Ora lah", "Ora wis maturnuwun", "mboten wonten", "Ora sido"*. Sedangkan dalam variasi tutur penolakan tidak langsung menggunakan kata penolakan secara langsung, yaitu 1) Penolakan tanpa kata penolakan 2) Penolakan dengan alternatif 3) penolakan dengan alasan.

Saran

Adanya penelitian ini, seyogyanya para peneliti bahasa dapat meneliti lebih lanjut mengenai tuturan dalam transaksi jual beli batik pada khususnya, selain itu para peniliti bahasa dapat meneliti lebih lanjut mengenai variasi tutur penerima dan penolakan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

Chaer, Abdul dan Leonie. 1995. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal.* Jakarta : Rineke Cipta.

Hidayati, Puji Nur. 2003. *Tindak Tutur Penolakan Ajakan Pada Suku Jawa di Daerah Kudus : Kajian Sosiopragmatik.* Skripsi. Semarang IKIP Semarang.

Leech, G. Terjemahan Oka. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik.* Jakarta : University Indonesia Press.

Palupi. 2002. *Tindak Tutur dalam Wacana Bentuk Berita Pada majalah Tempo Edisi 2001 (Kajian Sosiopragmatik).* Skripsi. Semarang IKIP Semarang.

Sanroso, Iman dkk. 1992. *Seni Komunikasi Kunci Sukses Abad Ini.* Semarang : Media Wiyato.

Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Bahasa.* Yogyakarta : Duta Wacana University Press.

Suherlina. 1999. *Kevariasian Tindak Tutur dalam Wacana Percakapan Kawula Muda di Kudus.* Skripsi. Semarang IKIP Semarang.

Tansan, Hendy guntur. 1986. *Penyajian Pragmatik.* Bandung : Angkasa.