

Language Politeness Strategy in Buying and Selling based on Gender

Mikha Joys^a, Binti Nurkhasanah^{b,*}, Sindy Alicia Gunawan^c

^{a, b, c} *Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia*
Corresponding author. E-mail address: bintikhasanah01@gmail.com

ABSTRACT

In buying and selling transactions process, sellers are required to provide the best service through polite speech to buyers. In that way, buyers will feel comfortable and valued with the services provided by the seller. Thus, this study purposes to explore the language politeness strategies contained in the speech between sellers and buyers by looking at the gender differences in Pasar Pagi, Bugis village, Samarinda. It focuses on the utterances delivered by sellers and buyers to find out how gender differences can affect politeness strategies in transactions in the market. This research employed a descriptive qualitative approach with recording and note-taking techniques for data collection. Meanwhile, Brown and Levinson's theory is used to categorize data. The data are further analyzed in order to know the representation of language politeness strategies in speech acts in Pasar Pagi. Based on the analysis results, there are two language politeness strategies in the speech act of buying and selling at Pasar Pagi, namely bald on record and positive politeness. It can be said that sellers and buyers pay attention to language politeness strategies regardless of gender differences.

Keywords : pragmatics, politeness strategy, gender

ABSTRAK

Dalam proses transaksi jual - beli, penjual dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik melalui tutur kata yang santun kepada pembeli. Dengan demikian, pembeli akan merasa dihargai dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh penjual. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi kesantunan berbahasa yang ada dalam tuturan antara penjual dan pembeli dengan melihat perbedaan gender di Pasar Pagi, desa Bugis, Samarinda. Hal ini berfokus pada ucapan yang disampaikan oleh penjual dan pembeli untuk mengetahui bagaimana perbedaan gender dapat mempengaruhi strategi kesopanan dalam transaksi di pasar. Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik perekaman dan pencatatan untuk pengumpulan data. Sementara itu, teori Brown dan Levinson digunakan untuk mengkategorikan data. Data dianalisis lebih lanjut untuk mengetahui representasi strategi kesantunan berbahasa dalam tindak tutur di Pasar Pagi. Berdasarkan hasil analisis, terdapat dua strategi kesantunan berbahasa dalam tindak tutur jual beli di Pasar Pagi, yaitu strategi bertutur terus terang tanpa basa-basi dan strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif. Dapat disimpulkan bahwa penjual dan pembeli memperhatikan strategi kesantunan berbahasa tanpa memandang perbedaan gender.

Kata Kunci: pragmatik, strategi kesantunan, gender

LATAR BELAKANG

Manusia sangat erat dengan penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi ketika seseorang ingin menyampaikan sesuatu yang diinginkan dan dipikirkan. Dengan begitu, bahasa memiliki peran yang sangat krusial dalam komunikasi dan interaksi manusia. Ketika berbahasa, sadar atau tidak sadar, seseorang sudah melakukan wujud aktivitas sosial karena pada dasarnya, aktivitas manusia berhubungan dengan aktivitas berbahasa.

Bahasa sebagai alat komunikasi berkaitan dengan ilmu pragmatik yang kajiannya berfokus pada tindak tutur antara penutur dan mitra tutur. Tindak tutur (*speech acts*) merupakan ucapan yang merupakan bagian dari interaksi sosial, dimana terjadi peristiwa tindak tutur yang dilakukan bertujuan menciptakan komunikasi. Keterampilan berbahasa mempunyai pengaruh yang besar untuk mencapai keberhasilan komunikasi antar sesama manusia. Komunikasi dapat mencapai keberhasilan apabila menerapkan strategi disalmnya (Prasetya dkk., 2022). Saat terjalannya komunikasi, penutur dan mitra tutur sama-sama menyadari bahwa ada kaidah-kaidah yang menjadi pedoman penggunaan bahasanya dan interpretasi-intepretasinya pada tindakan dan ucapan lawan tuturnya.

Saat berkomunikasi, kesantunan merupakan unsur yang sangat penting karena kesantunan dapat menimbulkan hubungan komunikasi yang baik antara penutur dan mitra tutur. Dengan begitu, kesantunan adalah salah satu strategi komunikasi yang menunjukkan rasa hormat saat melakukan tindak tutur. Strategi bertutur yang baik dapat menghindari perselisihan antara penutur dan mitra tutur sehingga dapat meninggalkan kesan santun. Hal tersebut tentu penting ketika seseorang melakukan proses jual - beli, khususnya di pasar. Dalam proses transaksi jual – beli, penjual dituntut dapat memberikan pelayanan terbaik melalui tuturan yang santun kepada pembeli. Dengan begitu, pembeli merasa lebih dihargai dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh penjual.

Kesantunan berbahasa adalah bagian yang tidak terpisahkan dari pembelajaran pragmatik. Eelen (2006) mengklaim jika kesantunan adalah bagian dari salah satu cabang pragmatik kontemporer yang paling populer dan banyak diterapkan dalam berbagai studi komunikasi lintas budaya. Leech (1993) dan Wijana (1996) mengungkapkan bahwa pragmatik adalah studi bahasa yang terikat konteks. Maka dari itu, studi pragmatik berkaitan dengan makna dalam hubungan-hubungan yang berkaitan dengan kondisi situasi tindak tutur.

Dalam strategi kesantunan berbahasa, Brown dan Levinson (1978) mengungkapkan ada lima strategi, yaitu: 1) strategi bertutur terus terang tanpa basa-basi, 2) strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif, 3) strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan negatif, 4) strategi bertutur samar-samar, dan 5) strategi bertutur dalam hati. Kelima strategi kesantunan tersebut dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas jual - beli di pasar. Hal ini dikarenakan pemakaian bahasa yang kurang santun dalam interaksi jual - beli di pasar dapat menimbulkan konflik antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, biasanya strategi kesantunan digunakan untuk menghindari permasalahan tersebut.

Berdasarkan pada teori tersebut, penelitian ini membandingkan beberapa peristiwa tutur di Pasar Pagi dengan mengkaji strategi kesantunannya. Dengan begitu, pertanyaan penelitianny adalah bagaimana perbedaan gender dapat mempengaruhi strategi kesopanan dalam transaksi di pasar. Penelitian ini sangat menarik karena terdapat keunikan dalam peristiwa tutur tersebut. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan masing-masing kesantunan dalam peristiwa dan situasi tutur yang berbeda, yaitu antara laki-laki dan perempuan.

METODE

Metode kualitatif deskriptif digunakan pada penelitian ini. Bogdan dan Taylor (1975, dalam Moleong, 2017) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu-individu atau perilaku yang diamati. Pendekatan pragmatik teori strategi kesantunan berbahasa dengan menganalisis tuturan yang terdapat dalam data penelitian digunakan dalam penelitian ini. Data penelitian ini berupa tuturan yang terjadi antara penjual dan pembeli yang dilakukan di Pasar Pagi, Samarinda. Alasan peneliti memilih pasar tersebut karena termasuk salah satu pasar terbesar di kota Samarinda serta terdapat penjual dan pembeli yang memiliki latar belakang yang beragam, baik gender, suku dan usia.

Teknik rekam dan mencatat adalah gabungan teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan ini dimulai dengan mendatangi pasar dan memilih kios yang terdapat penjual sedang melayani pembeli. Selanjutnya, perekaman dilakukan saat proses jual-beli keduanya dan mengambil data yang mengandung tuturan. Setelah itu, data yang telah dikumpulkan dianalisis berdasarkan pengelompokan strategi kesantunan berbahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasar pada hasil penelitian, terdapat beberapa analisis yang sesuai dengan teori Brown dan Levinson (1978). Penjelasan secara detil dapat dilihat sebagai berikut.

STRATEGI BERTUTUR TERUS TERANG TANPA BASA-BASI

Strategi bertutur terus terang tanpa basa-basi merupakan strategi yang terbuka tanpa adanya tuturan yang lembut dari penutur. Tindak tutur ini dilakukan bertujuan mengungkapkan apa yang diinginkan penutur tanpa mementingkan maksud atau keinginan dari mitra tutur. Strategi ini biasanya sedikit dilunakkan (Saputry, 2016).

Data (01)

- Pembeli : *“Mas, yang dipatung itu berapa, Mas?”*
Penjual : *“Yang mana?”*
Pembeli : *“Yang dipatung itu. Yang disebelah paling kanan.”*
Penjual : *“Ini panjang-panjang (menunjuk baju yang berbeda tangan panjang) atau kalau mau megang aja ya ini kalau mau megang, cuma beda di tangan.”*

Pada data (01), strategi berterus terang tanpa basa-basi ditemukan ketika penjual baju batik berjenis kelamin laki-laki melayani pembeli yang berjenis kelamin perempuan. Penjual atau penutur melakukan strategi kesantunan tanpa mempedulikan maksud atau keinginan dari pembeli atau mitra tuturnya.

Kalimat diatas mengandung unsur kalimat yang berterus terang dan terbuka pada tuturan *“kalau mau megang aja ya ini kalau mau megang, cuma beda di tangan”*. Kata *kalau* menuturkan bahwa seolah-olah penjual menafsirkan secara langsung dan terbuka mengenai keinginan dari pembeli yang hanya mau memegang baju. Dalam hal ini, penjual akan memberikan kesan yang kurang nyaman terhadap pembeli karena tidak memberi kesempatan

yang leluasa terhadap pembeli sehingga akan menimbulkan proses jual - beli yang kurang efektif.

Jika dilihat dari segi gender, pembeli (penutur) berjenis kelamin wanita secara langsung sudah menerapkan strategi kesantunan. Hal ini dapat dilihat ketika pembeli (penutur) melontarkan panggilan *Mas* kepada penjual (mitra tutur) berjenis laki-laki. Kata *Mas* adalah kata sapaan hormat untuk laki-laki. Panggilan ini juga merupakan salah satu gelar depan informal paling umum dalam masyarakat Jawa.

Data (02)

Penjual : “*Cari apa, Mbak? Atasan kah? Itu nah. Gamis?*”
Pembeli : “*Boleh lihat-lihat dulu kah, Pak?*”
Penjual : “*A.. iya masuk (lewat) situ!*”

Data (02) menunjukkan percakapan antara penjual laki-laki dan pembeli perempuan. Data tersebut termasuk strategi berterus terang tanpa basa-basi. Hal ini terlihat dari kalimat, “*Cari apa, Mbak? Atasan kah? Itu nah. Gamis?*”. Disini penjual memberi pertanyaan kepada pembeli yang baru datang dan langsung menawarkan salah satu barang dagangannya, yaitu gamis. Pada waktu yang bersamaan, penjual sebagai penutur juga melayani pembeli lain yang lebih dulu hadir. Melihat konteks tersebut, hal ini sejalan dengan Kusumaswarini (2018) yang menjelaskan bahwa strategi terus terang tanpa basa-basi terjadi dalam beberapa situasi, yaitu situasi mendesak, tanpa adanya penyelamatan muka. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa penjual semaksimal mungkin mengupayakan pelayanan kepada semua pembelinya sehingga pembeli tidak merasa kecewa dan mengurungkan niat untuk membeli barang dagangannya.

Meskipun konteks di atas dalam situasi yang mendesak, tetapi tetap ditemukan kesantunan bahasa (sapaan) yang dilihat. Berdasarkan perbedaan gender dalam percakapan di atas, yaitu terdapat kata “*mbak*” sebagai sapaan dari penutur (penjual) seorang laki-laki kepada mitra tuturnya (pembeli) seorang perempuan. Hal ini membuktikan seorang penutur tetap santun bahkan di situasi yang mendesak seperti dalam bertutur dengan strategi tanpa basa-basi.

Data (03)

Pembeli : “*Ini berapaan, Bang?*”
Penjual : “*35 (ribu) ada, 30 (ribu) ada.*”
Pembeli : “*Kalau yang disangkut (digantung)?*”
Penjual : “*Ini 35 (ribu).*”

Seperti 2 data sebelumnya, data (03) ini juga menunjukkan interaksi penjual laki-laki dan pembeli perempuan. Percakapan di atas termasuk jenis strategi bertutur terus terang tanpa basa-basi karena pembeli bertanya secara berulang dan penjual menjawab seperlunya, yaitu dengan menyebutkan langsung harga yang ditanyakan. Hal ini menunjukkan adanya kesamaan persepsi mengenai maksud dari kedua pihak. Tindak tutur tersebut juga terlihat tanpa adanya usaha penyelamatan muka, misalnya dengan ucapan salam, terima kasih, dan sebagainya. Minto dan Azwar (2022) mengatakan bahwa bertutur tanpa basa-basi disebut juga strategi bertutur langsung dan hal ini berpotensi mengancam muka. Meskipun mitra tutur mendapat informasi harga secara langsung, tetapi pembeli juga dapat merasa kurang nyaman karena pelayanan yang hanya seadanya. Hal tersebut bisa menjadi indikator pembeli untuk melanjutkan transaksi jual - beli atau tidak.

Dalam percakapan tersebut, kesantunan bahasa (sapaan) juga ditemukan dan dapat dilihat dari kata *Bang*. Kata ini merupakan sapaan dari pembeli perempuan kepada penjual laki-laki. Namun sebaliknya, tidak terdapat adanya jenis sapaan dari penjual kepada pembeli. Hal tersebut menunjukkan adanya perbedaan dalam bentuk tuturan antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki bersikap sangat apa adanya, sedangkan perempuan cenderung ingin membangun komunikasi dengan bertanya dan memberi sapaan.

STRATEGI BERTUTUR DENGAN BASA-BASI KESANTUNAN POSITIF

Dalam strategi ini, seorang penutur hendak memperhatikan apa yang diinginkan oleh mitra tutur (Rohmadi & Sudhono, 2019). Selain itu, penutur atau mitra tutur juga akan membangun strategi kesantunan berbahasa sehingga menciptakan komunikasi yang santun. Pada data selanjutnya, peneliti menemukan strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif yang dibangun oleh penjual.

Data (04)

- Penjual : “*Ibu haji cari apalagi, Bu haji?*”
Pembeli : “*Nambah daster, ini apa ini (menunjuk baju)?*”
Penjual : “*(Gamis) syar’i baru datang Bu haji, cantik tengok.*”

Data (04) menunjukkan penjual gamis yang berjenis kelamin perempuan dan pembeli perempuan. Percakapan tersebut mengandung unsur strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif. Strategi ini terlihat ketika penjual menuturkan panggilan *Bu haji* terhadap mitra tuturnya. Panggilan tersebut bermakna keakraban dan suatu penghormatan terhadap pembeli sehingga membangun proses komunikasi jual beli yang santun dan positif. Rahmi dan Tadjuddin (2017) mengatakan bahwa kesantunan ini terkait dengan sikap bersahabat dan kedua penutur memperlihatkan sikap saling menghormati satu sama lain. Panggilan yang dilontarkan oleh penjual tentu akan membuat pembeli merasa dihormati sehingga membuat pembeli merasa nyaman untuk berbelanja. Tindak tutur strategi kesantunan yang dilakukan oleh penjual juga akan membuat pembeli sangat leluasa untuk melihat-lihat dagangannya. Hal ini dapat dilihat ketika penjual bertutur “*(Gamis) syar’i baru datang Bu haji, cantik tengok*”. Kata *tengok* dalam konteks percakapan di atas memberikan kesempatan kepada pembeli untuk melihat barang dagangannya si penjual yang sesuai dengan target pasarnya. Dalam konteks proses jual - beli tersebut, persamaan gender menghasilkan strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif. Penjual wanita menyambut pembeli berjenis kelamin yang sama dengan penuh rasa hormat. Tindak tutur yang dilakukan oleh penjual akan menciptakan komunikasi yang baik.

Data (05)

- Pembeli : “*Berapa (harganya) itu?*”
Penjual : “*85 (ribu), bisa kurang. Ini panjang-panjang (menunjuk baju lengan panjang). Atau mau megang aja ya ini kalau mau megang, cuma beda di tangan.*”
Pembeli : “*Emang bedanya apa?*”
Penjual : “*Ini.. ini.. jenis kainnya kaya sejenis tissue parasut gitu. Kalau ini, bahan campur khusus satuan dia, lebih murah dia, soalnya ada seri ukurannya. Kalau yang 65 (ribu) ini (menunjuk baju lengan*

panjang), barang seragam dia. (Kalau) barang campur, dia lebih murah... 75 (ribu) aja itu, ukurannya ada M, L, XL.”

Pada data di atas, terdapat penjual baju batik berjenis kelamin laki-laki dan pembeli berjenis kelamin perempuan. Percakapan tersebut termasuk strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif karena terdapat pembeli yang bertanya mengenai harga dan penjual menjawab dengan menyebutkan harga serta informasi lebih mengenai barang yang ditanyakan seperti pada kalimat berikut, “85 (ribu), bisa kurang. Ini panjang-panjang (menunjuk baju lengan panjang). Atau mau megang aja ya ini kalau mau megang, cuma beda di tangan”. Kalimat tersebut mengandung jawaban sekaligus bentuk penawaran kepada pembelinya dan membuat pembeli bertanya lebih mengenai barang yang ditawarkan, “*Emang bedanya apa?*” Dalam konteks di atas, terlihat bahwa strategi bertutur dengan basa-basi positif yang dilakukan penjual dapat memberikan efek positif, yaitu adanya percakapan lebih lanjut yang dilakukan antar penjual dan pembeli. Terlihat dari adanya keinginan pembeli untuk tahu lebih detil terkait barang dan penjual informatif yang memaksimalkan percakapan dengan pembeli. Hal ini dapat menjadi pertimbangan lebih untuk pembeli dapat membeli barang yang ditawarkan.

Data (06)

- Pembeli : (Menunjuk baju di sampingnya) “*Kayak gini (seperti ini) berapaan?*”
Penjual : “*Harga pas aja ya, 65.000. Nah, cobain.*” (Mengambil baju dari patungnya).
Pembeli : “*Mau liat dulu, soalnya.*”
Penjual : “*Nggak papa, dicoba juga nggak papa. Kalau yang ini beda 5.000. (menunjuk baju lain) yang bahan ini nah.*”

Pada data terakhir, terdapat 2 strategi pada objek yang sama, yaitu strategi bertutur terus terang tanpa basa-basi dan strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif. Pembukaan proses jual beli dibuka oleh penutur (pembeli) ketika bertanya “*Kaya gini berapaan?*”, lalu mitra tutur menjawab “*Harga pas aja ya, 65.000*”. Jawaban dari mitra tutur tersebut mengandung strategi bertutur terus terang dengan basa-basi agar pembeli tidak melakukan penawaran lebih lanjut. Selanjutnya, strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif berlangsung ketika mitra tutur memberikan tawaran kepada penutur (pembeli) untuk mencoba baju. Ini berarti penjual memberikan kesempatan bagi pembeli untuk mencobanya dan memberikan penjelasan terkait barang tersebut. Dalam hal ini, penjual sangat memaksimalkan keuntungan pembeli dan meminimalisir keuntungan pribadinya. Ini menjadi strategi yang ditawarkan penjual untuk dapat memberi kenyamanan dan keterbukaan atas setiap barang yang dijual kepada pembelinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi kesantunan berbahasa dapat dilihat dalam proses jual - beli di pasar antar pedagang dan pembeli. Data yang diambil mengandung 2 jenis strategi kesantunan berbahasa menurut Brown dan Levinson, yaitu strategi bertutur terus terang tanpa basa-basi dan strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif. Dari hasil pengamatan, terdapat perbedaan strategi antara penjual laki-laki dan perempuan saat melakukan transaksi dengan pembeli perempuan. Penjual laki-laki

cenderung melayani dengan strategi bertutur terus terang tanpa basa-basi yang dinilai ingin melakukan transaksi yang cepat dan tanggap. Sementara itu, penjual perempuan cenderung memberi kesan keakraban sehingga pembeli merasa nyaman dengan tawaran serta proses transaksi yang berlangsung. Dalam beberapa konteks, keduanya masih memiliki kesantunan yang sudah sebaiknya dimiliki oleh penjual dalam melakukan transaksi jual - beli. Namun, tak jarang, beberapa dinilai kurang dalam memberikan pelayanan, tetapi hal tersebut tidak terlepas dari konteks, situasi, dan kondisi pasar. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa penjual dan pembeli di pasar memperhatikan strategi kesantunan berbahasa tanpa melihat perbedaan gender. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi berbagai strategi kesantunan dari sudut pandang yang berbeda.

REFERENSI

- Bogdan dan Taylor. (1975) dalam J. Moleong, Lexy. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1978). Universals in language usage: Politeness phenomena. In *Questions and politeness: Strategies in social interaction* (pp. 56-311). Cambridge University Press.
- Ellen, Gino. (2006). *Kritik teori kesantunan*. Terjemahan oleh Abdul Syukur Ibrahim (Peny.). Surabaya: Airlangga University Press.
- Kusumaswari, K. K. (2018). Strategi kesantunan berbahasa dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. *Belajar Bahasa: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(2).
- Leech, G. (1993). *Prinsip-prinsip pragmatik*. Terjemahan oleh MDD Oka. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Minto, D. W., & Azwar, R. (2022). Strategi bertutur pemandu wisata di Kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat. *SOROT*, 17(2), 77-89.
- Prasetya, K. H., Subakti, H., & Musdolifah, A. (2022). Pelanggaran prinsip kesantunan berbahasa peserta didik terhadap guru Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(1), 1019-1027.
- Rahmi, R., & Tadjuddin, S. (2017). Strategi kesantunan positif dalam tindak tutur pada novel bidadari-bidadari surga karya Tere Liye. *Bahtera: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 16(2), 56-77.
- Rohmadi, M., & Sudhono, K. (2019). *Kajian pragmatik (peran konteks sosial, dan budaya dalam tindak tutur di Pacitan)*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Saputry, D. (2016). Strategi kesantunan positif dan negatif dalam bentuk tuturan direktif di lingkungan STKIP Muhammadiyah Pringsewu Lampung. *Jurnal Pesona*, 2(2).
- Wijana, I. D. P. (1996). *Dasar-dasar pragmatik*. Yogyakarta: Andi.